

Fi

Fira de Barcelona
Memoria 2010



ra

FIRA DE BARCELONA

Memoria 2010

ÍNDICE

04	Presentaciones
12	Órganos de Gobierno
16	Un nuevo paso adelante
26	Delegaciones internacionales
29	Salones y congresos
74	Otros eventos
76	Herramientas para la actividad ferial
80	Resultados económicos 2010
83	English text



Xavier Trias

Alcalde de Barcelona
y presidente del Consejo General de Fira de Barcelona

Se debe valorar el papel que juega Fira como plataforma de grandes encuentros internacionales, uniendo su capacidad técnica y profesional con el prestigio que genera la marca Barcelona en todo el mundo

En el momento de hacer balance de los resultados de Fira de Barcelona durante el ejercicio de 2010, destacan dos cuestiones fundamentales: la voluntad de hacer frente a la crisis y la búsqueda de nuevos instrumentos para afrontar el futuro en las mejores condiciones posibles.

Comparto plenamente la estrategia de Fira de facilitar la participación de las empresas y sectores productivos en los salones y eventos celebrados en los recintos de Montjuïc y de Gran Via. La mejor forma de ser efectivos y superar la crisis económica es apostando por la actividad, por la fuerza de las empresas y por los valores de la innovación, la calidad, el desarrollo tecnológico y el apoyo a las nuevas iniciativas. Fira de Barcelona ha optado, en su marco estratégico general, por subrayar todas estas cuestiones y, especialmente, por garantizar el cumplimiento del calendario ferial.

Ahora más que nunca necesitamos ventanas abiertas al mundo que sirvan a nuestras empresas, en particular a las pequeñas y medianas, que constituyen el grueso principal del tejido productivo barcelonés y catalán, como trampolín de acceso a los mercados internacionales.

Esta apuesta por la internacionalización, con la presencia de sus delegaciones en treinta y seis países, es una de las grandes señas de identidad de la institución ferial barcelonesa, líder en salones industriales y profesionales en el estado español y que se prepara para asumir nuevos retos con la organización de salones feriales y actividades comerciales más allá de nuestras fronteras, así como con el asesoramiento a otros recintos y organizadores.

POTENTES SECTORES

Quiero mencionar brevemente algunos aspectos concretos relacionados con los resultados y la actividad de Fira durante el ejercicio de 2010. Tengo interés en subrayar, en primer lugar, la celebración de grandes salones que son reflejo de potentes sectores económicos del país y del extranjero y que tienen gran importancia para nuestras empresas: Alimentaria, Mobile World Congress, EIBTM, Hostelco y Salón Náutico Internacional, entre otros.

También es digna de mención la celebración de grandes congresos relacionados con las ciencias de la salud (sobre hematología, aparato res-

piratorio, urología y toxicología, entre otros) que ponen de relieve la importancia y prestigio de que goza Barcelona en este campo. Igualmente, debemos ver con satisfacción la consolidación de nuevos salones creados hace pocos años y que responden a sectores emergentes, como HiT Barcelona, centrado en el conocimiento e integrado ahora en el marco más amplio de Bizbarcelona, especializado en emprendeduría e innovación, y The Branderly, dedicado a la moda urbana y contemporánea.

En el contexto general de crisis que ha afectado a empresas e instituciones, el resultado económico alcanzado por Fira de Barcelona debe ser considerado como positivo.

LA MARCA BARCELONA

Creo que debemos felicitarnos colectivamente por la gran cantidad de actos, entre congresos, simposios y reuniones de trabajo -más de cuatrocientos-, que surgen alrededor de los salones organizados en los recintos de Fira de Barcelona. Son prueba de la importancia que tienen las ferias como ámbitos de relación comercial -su primera razón de ser-, pero también como espacios de generación de soluciones a los problemas, de ideas de futuro y, en definitiva, de iniciativas al servicio de la sociedad.

Como alcalde de Barcelona, no puedo dejar de mencionar la aportación económica que Fira realiza a la economía de la ciudad y de su entorno más inmediato, y que repercute, naturalmente, sobre las empresas y niveles de empleo. Del mismo modo debe ser valorado el papel que juega la institución ferial como plataforma de grandes encuentros internacionales, uniendo su capacidad técnica y profesional con el prestigio generado por la marca Barcelona en todo el mundo.

Quiero destacar que Fira de Barcelona es la suma de numerosas voluntades e iniciativas: de las instituciones -Generalitat de Cataluña, Ayuntamiento de Barcelona y Cámara de Comercio de Barcelona- y de las organizaciones y asociaciones empresariales, del conjunto de la sociedad civil, me atrevería a decir, bajo el principio de un amplio consenso en torno a los grandes objetivos de progreso, crecimiento económico y creación de riqueza y bienestar. Esta es una responsabilidad que nos compromete a todos, y estoy convencido de que la capital de Cataluña es pieza clave de la recuperación.



F. Xavier Mena

Conseller d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya y vicepresidente primero del Consejo General de Fira de Barcelona

El alto porcentaje en los salones de Fira de expositores y visitantes extranjeros contribuye notablemente a la promoción exterior de nuestras empresas, junto con su extensa red de delegaciones

Un año más, Fira de Barcelona ha alcanzado con éxito sus objetivos, al desplegar a lo largo del calendario una amplia y ambiciosa oferta de salones y eventos en los sectores más estratégicos de la economía productiva, y al consolidar a Barcelona y a Cataluña como referentes internacionales en esta materia. Y lo ha hecho en un contexto de crisis que aconseja plantear nuevas líneas de actuación, en consonancia con la vocación abanderada que a lo largo de los años la ha convertido en uno de los elementos clave de la dinamización social y económica de nuestro país. Muy al contrario, la presente coyuntura ha contribuido a hacer más hincapié en los retos de futuro y a ampliar la profundidad de campo de sus propuestas y actividades. Y esta tendencia, más allá de los ciclos económicos, es la mejor carta de presentación de la fortaleza de Fira.

Basta con observar las grandes cifras de 2010 para hacernos una idea de dicha vitalidad: 57 salones y congresos y más de 70 eventos de distintas tipologías, dejando a un lado los más de 400 actos relacionados con los salones organizados. Son palabras clave, entre otras, Alimentaria, Hostelco, Bizbarcelona y Mobile World Congress, auténticos referentes globales en sus respectivas materias, además de, por ejemplo, la indiscutible importancia de los congresos médicos celebrados en Fira, dado el peso específico que Barcelona tiene mundialmente en el ámbito de la salud y la investigación biomédica. Si a todo ello añadimos los más de 100 millones en ingresos directos que produjo Fira en 2010, el resultado nos hace no tan solo estar orgullosos de la labor realizada hasta el momento, sino ser abiertamente optimistas con respecto a las perspectivas de futuro.

INTERNACIONALIZACIÓN

Fira, que ha adoptado una clara política de potenciación de sus eventos a través de la innovación y captación de mercados clave para el desarrollo tecnológico e industrial de la sociedad del siglo XXI, sabe que esos objetivos pasan indisolublemente por la internacionalización estratégica de sus actividades. Fruto de ello es el alto porcentaje en los salones de expositores y visitantes extranjeros, que contribuyen notable-

mente a la promoción exterior de nuestras empresas, junto con la extensa red de delegaciones con que Fira cuenta en todo el mundo. Y también es fruto de ello la intención de desarrollar nuevas vías de negocio en mercados emergentes, especialmente Asia y Latinoamérica, mediante la participación de expositores de salones de Fira en otros países, ofreciendo asimismo los servicios de asesoría y gestión del conocimiento a sus respectivas instituciones. Fira también está poniendo mucho empeño en la potenciación de sus salones, apostando claramente por la tecnología al servicio de los expositores y por el fomento de contactos entre visitantes y compradores, así como en la exploración de vías de potenciación de los sectores proveedores de servicios para la institución.

NUEVAS FUENTES DE RIQUEZA

En su conjunto, se trata de iniciativas muy importantes para la creación de nuevas fuentes de riqueza que se extienden a todos los estratos de nuestra sociedad y pueden generar puestos de trabajo a corto y largo plazo, y que nos posicionan con firmeza de cara a proyectos y candidaturas a las que Fira y la ciudad de Barcelona son aspirantes, como pueden ser, entre otros, la celebración, más allá de 2012 del Mobile World Congress, y la elección de la ciudad que se convertirá en Mobile World Capital.

Todas estas directrices y visiones de presente y de futuro no pueden estar más en consonancia con las aspiraciones del Gobierno de Cataluña en cuanto a nuestro crecimiento, y por ello no puedo sino felicitar a Fira por el trabajo realizado y a toda la gente que se compromete, día a día, a salir adelante con entereza y determinación, superando las dificultades y la creciente competencia de los mercados internacionales. A todos nos corresponde ahora la labor de enderezar la actividad empresarial de Cataluña, y por ello invito a todos, instituciones y administraciones públicas, a seguir corresponsabilizándonos en la labor de proyección de las actividades de Fira Barcelona a fin de que siga siendo un actor importante de liderazgo económico para el presente y el futuro de nuestro país.



Miquel Valls i Maseda

Presidente de la Cambra de Comerç de Barcelona
y vicepresidente segundo del Consejo General
de Fira de Barcelona

*Hay que destacar
los esfuerzos de Fira
de Barcelona para
diseñar y ejecutar una
nueva estrategia, tanto
institucional como de
negocio que se avance
a los retos del futuro*

Una vez más, es necesario realizar un balance de lo que ha supuesto para Fira de Barcelona el conjunto de actividades desarrolladas en el año 2010. Pese a que la crisis económica y la apuesta por la internacionalización y el valor añadido ya hicieron culminar 2009 como un ejercicio donde la estrategia y la innovación fueron protagonistas, durante todo 2010 siguió trabajando a favor de la reactivación económica, el apoyo a las empresas y la aportación económica a la ciudad y a su entorno.

A pesar de que 2010 fue también un año marcado por la crisis, que afectó tanto a las empresas como a todas las organizaciones feriales españolas y europeas, el balance general de Fira fue positivo. Por razones del calendario ferial hubo menos salones. Los ingresos fueron de 101 millones de euros, en línea con lo que fue presupuestado. Un aspecto importante a tener en cuenta es que el 25% de la facturación total provino de clientes extranjeros.

APOYO A LAS EMPRESAS

Cabe señalar que se mantuvo el calendario ferial con la celebración de 57 salones. Para que ello fuera posible, se dio apoyo a empresas y se establecieron diálogos con numerosas asociaciones sectoriales. También se potenció el diálogo

con la Administración, así como las líneas de financiación a expositores y compradores a fin de reforzar la internacionalización de Fira. El resultado de todo ello es que grandes salones como Alimentaria, Mobile World Congress, Hostelco, Salón Náutico Internacional y EIBTM fueron un éxito. En 2010, y más allá de los grandes salones, fueron organizadas 70 actividades distintas y más de 400 actos en el marco de los salones celebrados, lo que demuestra ampliamente la dimensión de nuestra Fira como ámbito de conocimiento.

Otro aspecto potenciado a lo largo de todo el año fue la estrategia de atracción de grandes congresos médicos y sanitarios. Dicho esfuerzo originó la celebración de cinco grandes convocatorias internacionales centradas en hematología, respiración, urología, toxicología y veterinaria. Sin duda, su celebración en Barcelona produce una importante actividad económica que beneficia a la ciudad y a su entorno y refuerza la marca y la posición de los sectores productivos vinculados a actividades innovadoras.

Son momentos difíciles, y por ello deben ser valorados los esfuerzos de Fira de Barcelona por diseñar y ejecutar una nueva estrategia tanto institucional como de negocio que se adelante a los retos de futuro y a los cambios que se están produciendo en los mercados y en el sector ferial mundial.



Josep Lluís Bonet

Presidente del Consejo de Administración
de Fira de Barcelona

*La internacionalización
de Fira representa una
firme contribución a la
proyección exterior de
las empresas y por ello
ha llegado el momento
de dar un nuevo paso
adelante*

La profunda crisis económica de los últimos años ha seguido afectando durante 2010 la actividad de la mayor parte de las empresas e instituciones del país. Naturalmente, dentro de este contexto las ferias españolas y europeas, entre ellas Fira de Barcelona, no se han librado de los efectos de la coyuntura porque constituyen, precisamente, un vivo reflejo de la situación de los sectores y el tejido empresarial.

Pese a las anteriores consideraciones, cabe señalar que nuestra institución ferial ha alcanzado unos resultados que pueden ser calificados como positivos: sus ingresos, de 101 millones de euros, y el Ebitda, de 11,1 millones, se corresponden con lo que se había presupuestado.

Fira de Barcelona ha afrontado el ejercicio con la misma filosofía con que decidió actuar desde que se inició la crisis: con la voluntad de contribuir, más que nunca, a la reactivación de la economía, al apoyar plenamente a las empresas y sectores económicos y al seguir generando actividad económica en la ciudad y su amplio entorno. Es el talante natural de la institución, comprometida desde siempre con el tejido económico del país.

Para poder llevar a cabo dicha política ha sido básico, una vez más, el mantenimiento del calendario ferial. La celebración de los salones es una forma práctica de otorgar confianza a expositores y visitantes y de hacer posible, más allá de las buenas intenciones, que se materialicen las oportunidades de negocio y sea factible, también, compartir reflexiones, señalar tendencias y conocer novedades.

FORTALECER EL TEJIDO EMPRESARIAL

A lo largo de 2010 se han celebrado 57 salones, entre ellos auténticos referentes internacionales como Mobile World Congress, Alimentaria, EIBTM, Hostelco y Salón Náutico Internacional, por citar tan solo unos cuantos, así como grandes congresos médicos y sanitarios. Además, Fira ha acogido 70 actividades corporativas y más de 400 actos celebrados en el marco de los salones que confirman que la apuesta por el conocimiento y por poner en común experiencias y planteamientos constituye también un camino que ayuda a fortalecer a las empresas y a dibujar nuevas perspectivas de futuro.

La actuación de Fira incluye varios ejes a su-
bray: una activa labor desarrollada en el terreno comercial, sus vínculos y estrecha colaboración con numerosas asociaciones profesionales sec-

toriales, interlocución con las administraciones y preocupación por facilitar la participación de expositores y visitantes. Todo ello, contando con el trabajo y la dedicación de los equipos directivos y el conjunto del personal de Fira, y con un importante apoyo social e institucional. Como el que se ha puesto de manifiesto con motivo de la elaboración y presentación de la candidatura de Barcelona y de Fira no tan solo para seguir organizando el Mobile World Congress a partir de 2012, sino también –y muy importante para la capital de Cataluña– para convertirse en Mobile World Capital.

Es evidente que la internacionalización aparece, nuevamente, como una de las grandes prioridades de Fira, que cuenta ya con un importante grueso de expositores y visitantes extranjeros sobre todo en los salones profesionales, y dispone de representación en 36 países.

NUEVOS RETOS

No nos cansaremos de repetir que la internacionalidad supone una decidida contribución a la proyección exterior de las empresas, y por ello nuestra institución cree que ha llegado el momento de dar un paso adelante en la actividad internacional al concebirla también como una oportunidad de realizar nuevos negocios con operadores, ciudades y recintos internacionales, y de explorar nuevos mercados y nuevas posibilidades al servicio de nuestro tejido productivo.

Este planteamiento se enmarca en la puesta al día, a lo largo de 2010, de la estrategia de Fira de Barcelona –reformulada como “nueva propuesta de valor”–, considerando que no se trata únicamente de superar la crisis económica, sino de ejercer el liderazgo adelantándose a las necesidades del futuro y a los nuevos requerimientos del mercado y del propio sector ferial.

La “nueva propuesta de valor” contempla también una decidida apuesta por el posicionamiento de los salones propios para generar un nuevo marco de contacto entre expositores y visitantes, para impulsar la tecnología sin reservas y para convertir los grandes certámenes en auténticas cumbres sectoriales donde la aportación de conocimiento sea un valor añadido y diferencial.

Son retos que Fira de Barcelona afronta desde la prudencia y la responsabilidad, pero también desde el compromiso, el liderazgo y la voluntad de contribuir a la recuperación económica del país.

Órganos de gobierno

CONSEJO GENERAL

Presidente

Xavier Trias i Vidal de Llobatera

Vicepresidente primero

F. Xavier Mena i López

Vicepresidente segundo

Miquel Valls i Maseda

Vocales

M^a Àngels Barbarà i Fondevilla

Albert Carreras de Odriozola

Josep Cercós Martínez

Enric Enrech i Artal

Alberto Fernández i Díaz

Joan Gaspart i Solves

Marc Guerrero i Tarragó

Jordi Hereu i Boher

Núria Marín i Martínez

Josep Morell i Miró

Jordi Portabella i Calvete

Pau Relat i Vidal

Pau Villòria i Sistach

Secretario general

Ignacio Toda Jiménez

Director general

Agustín Cerdón Barrenechea

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Presidente

Josep Lluís Bonet i Ferrer

Vocales

Josep Arcas i Romeu

Núria Basi i More

Jordi Clos i Llombart

Enric Crous i Millet

Bruno Figueras i Costa

Pere Fontana i García

Enrique Lacalle Coll

Secretario general

Ignacio Toda Jiménez

Director general

Agustín Cerdón Barrenechea

COMITÉ EJECUTIVO

Director General

Agustín Cerdón Barrenechea

Director de Expansión

Pere Camprubí i Nieto

Director de Relaciones

Institucionales y Protocolo

Emili Farrerons i Pascual

Directora de Recursos Humanos

Olga Figuerola i Giménez-Coral

Director de Administración y Finanzas

Salvador Fosalba i Auró

Directora de Comunicación

Amparo Losada Torres

Director Comercial

Albert Planas i Riera

Director de Operaciones y

Servicios al Cliente

Salvador Tasqué i Díez

Director de Negocio

Internacional

Ricard Zapatero i Camps





Un nuevo paso adelante

Siguiendo el rastro del anterior ejercicio, también el año 2010 estuvo marcado por la crisis. Sus efectos se dejaron sentir sobre el tejido empresarial e industrial, la mayor parte de organizaciones feriales españolas y europeas, administraciones –obligadas a afrontar el déficit público– y personas, y, en consecuencia, sobre los niveles generales de riqueza y empleo.

Como mínimo, 2010 debe ser calificado como año complejo dada la situación de los mercados, del crédito y de las expectativas del negocio ferial. Pese a todo ello, Fira de Barcelona obtuvo unos resultados globalmente satisfactorios: unos ingresos de 101 millones de euros, con una disminución del 5% sobre el presupuesto inicial y un Ebitda de 11,1 millones de euros, en línea con lo previsto. Se trata de un balance positivo teniendo en cuenta que, en comparación con otros años, en 2010 no se celebró ningún salón de periodicidad trienal.

En coherencia con la decisión tomada por la institución ferial a principios de la crisis, cabe destacar la voluntad de poner en primer plano, por delante de cualquier otra consideración, la celebración de los salones y la participación de las empresas. El cumplimiento del calendario ferial subraya, en efecto,

15

salones referentes
internacionales

405.000 m²

brutos de superficie
de exposición

36

países con
representación de Fira

Más de

550

actividades



Recinto de Montjuïc. Celebración de Bizbarcelona.



Gran afluencia de visitantes en el recinto de Gran Vía durante el salón Alimentaria.

el papel de Fira a favor de la reactivación económica, el apoyo a empresas y sectores, la promoción de las oportunidades de negocio y la aportación económica a la ciudad y su entorno. El impacto del conjunto de los salones y eventos celebrados en los recintos de Montjuïc y Gran Vía ha sido valorado en unos 2.500 millones de euros.

Los esfuerzos de Fira de Barcelona por ofrecer respuestas a la crisis, dinamizar la economía y contribuir al bienestar han contado con un amplio apoyo institucional, social y mediático.

Más allá de las respuestas puntuales, la institución trabajó, a lo largo del 2010, en la articulación de una respuesta estratégica a la crisis y a los cambios que ha provocado –la “nueva propuesta de valor”– que pone especialmente el acento en la potenciación de los salones, la innovación, la dimensión internacional y el servicio a los clientes.

INTERNACIONALIDAD / SALONES PROFESIONALES



La nueva propuesta de valor

Esta “nueva propuesta de valor” es, en síntesis, la adaptación del Plan estratégico 2006-2015 a los nuevos requerimientos del mercado ferial para abordar nuevos proyectos que permitan adelantarse a los retos de futuro con creatividad, rapidez y liderazgo.

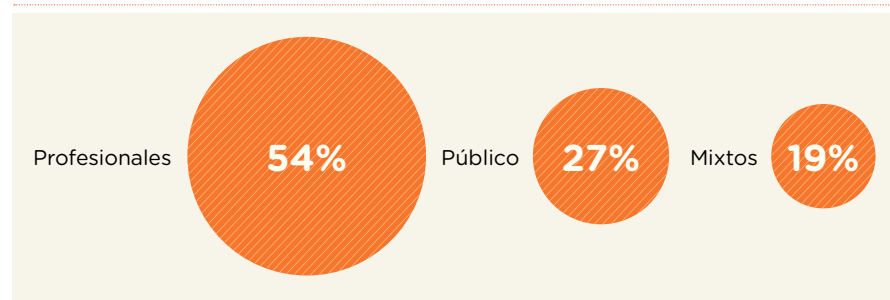
De forma resumida, puede decirse que está basada en el fortalecimiento de los salones propios y en un nuevo modelo de atención personalizada mediante el aprovechamiento a fondo de las posibilidades de la tecnología y del marketing relacional con herramientas como el “*business match*” para favorecer el contacto entre expositores y visitantes, dar impulso a la figura del comprador y los programas de compradores invitados (*Hosted Buyers program*).

La “nueva propuesta de valor” –que ha supuesto la reestructuración del organigrama ejecutivo de la entidad– apuesta, igualmente, por los nuevos sectores estratégicos y por potenciar el papel de los grandes salones referentes como “cumbres sectoriales”, espacios de conocimiento donde cada sector reflexiona señalando tendencias y nuevas propuestas.



Recinto de Montjuïc. Mobile World Congress.

TIPOS DE SALONES



En coherencia con la política realizada por Fira, especialmente en los últimos años, el desarrollo del negocio internacional constituye uno de sus grandes hilos conductores.

No obstante, este concepto de negocio internacional entra en una nueva fase que consiste en desarrollar nuevas oportunidades en el exterior, especialmente en Asia y América Latina, centradas básicamente en potenciar la participación de expositores de salones de Fira en certámenes de otros países, realizar en el exterior algunos de los salones que se celebran en Barcelona, y vender servicios, tecnología, gestión y asesoramiento a otros organizadores o recintos.



Se ha llevado a cabo un intenso trabajo de análisis de las necesidades que tienen los mercados en proceso de crecimiento y de las aportaciones que pueden realizar las empresas catalanas y españolas. Inicialmente, las propuestas de “exportar” salones se orientan básicamente a los sectores de hostelería y alimentación, piscina y agua, y construcción.

En el momento de cerrar la edición de la presente memoria se ha anunciado la organización de Construmat China para julio de 2012 junto con la División de Materiales de la Construcción del Consejo Chino para la Promoción del Comercio Internacional (CCPIT-BM, de la sigla en inglés). Este certamen pondrá el acento en la calidad y la sostenibilidad, se celebrará en Pekín y espera atraer a unos 200 expositores. Fira se encargará de promover la presencia de expositores internacionales, entre ellos los españoles, y de organizar un seminario sobre calidad y sostenibilidad.

Fira de Barcelona cerró el año 2010 con una relevante actividad internacional: tiene representación en 36 países de todo el mundo y cuenta con el 41% de expositores extranjeros en los salones profesionales y el 25% de visitantes también del exterior.

La participación en los salones es para las pequeñas y medianas empresas y emprendedores una oportunidad para entrar en contacto con el mercado exterior a precios asequibles, aspecto que adquiere especial significación cuando la salida de las empresas al exterior, la exportación de productos o servicios puede compensar la caída y debilidad del mercado interior.



Stand de Avalis en el salón Hostelco.

Política comercial

El proceso de implantación de la “nueva propuesta de valor” es dinámico; así, muchas de las actuaciones desarrolladas durante 2010 ya están en línea con los objetivos estratégicos renovados.

A lo largo del año, la institución ferial barcelonesa potenció su área comercial a fin de hacer posible la participación de más empresas en los salones. Se realizaron más de 3.600 visitas a clientes y se reforzaron aún más las relaciones con asociaciones profesionales y patronales que actúan en el ámbito de los salones, más de 400.

En la misma línea de promover la actividad y las posibilidades de negocio, prosiguió su política de favorecer la financiación de bienes adquiridos durante la celebración de los salones facilitando el acuerdo con entidades bancarias y organismos crediticios.

SUPERFICIE OCUPADA POR LOS SALONES



Salones y actividad

Durante 2010 se celebraron 57 salones y eventos, en su mayor parte adaptados a las necesidades del momento, y que en general resistieron bien la crisis contribuyendo a dinamizar la actividad económica. Destacan convocatorias de gran repercusión como Alimentaria, EIBTM, Mobile World Congress, Salón del Cómic, Salón Náutico, Salón Internacional de la Logística, The Brandery, Turismo, Barcelona Bridal Week, Cosmobelleza, Bizbarcelona, Liber y Hostelco, entre otros. En total, atrajeron a más de dos millones de visitantes.

En el ámbito congresual cabe señalar, especialmente, cinco grandes convocatorias internacionales: los congresos europeos de hematología, respiración, urología, toxicología y veterinaria, que reunieron a más de 42.000 profesionales. Prosigue así la política de atraer grandes salones médicos y sanitarios, en consonancia también con el peso de Barcelona en el campo de las ciencias de la salud. Durante 2010 se anunció una nueva convocatoria del Congreso Europeo de Cardiología que se celebrará en verano de 2014 en el recinto de Gran Via.



Recinto de Montjuïc. The Brandery



Recinto de Gran Vía. EIBTM

No podemos dejar de mencionar, al repasar el ejercicio, la celebración del Congreso de Rehabilitación, organizado por el Colegio de Aparejadores de Barcelona con el apoyo del Salón Construmat, que incidió en la necesidad de dibujar alternativas a la actividad en el campo de la construcción.

Además de todos los salones y grandes reuniones congresuales, se llevaron a cabo en los distintos recintos y espacios de Fira más de 70 actividades variadas –corporativas, presentaciones de productos, sociales, deportivas, políticas e institucionales–, así como una intensa actividad publicitaria.

Por otra parte, en el marco de los salones se celebraron más de 400 congresos, jornadas, seminarios y actividades de formación, culturales y de divulgación que refuerzan su importancia como ámbitos de transmisión de conocimiento. Como se ha señalado, Fira promueve que los salones se conviertan progresivamente en encuentros sectoriales por excelencia basados en la triple dimensión de negocio, conocimiento y fomento de la cultura empresarial.



Plataforma internacional, ámbito de innovación

De forma indisoluble a la promoción en el exterior, cabe destacar la voluntad de la institución de seguir consolidándose como una de las mejores plataformas europeas para la celebración de grandes encuentros internacionales, reforzando la potencia mutua de la marca de Barcelona y de Fira. La celebración de grandes eventos permite a empresas y emprendedores relacionarse con otras compañías y visitantes internacionales, lo que produce contactos comerciales, negocio e intercambio de conocimiento.

A lo largo de 2010 se trabajó intensamente en la preparación y presentación de la candidatura de Barcelona para seguir celebrando el Mobile World Congress y convertirse en Mobile World Capital tras el proceso iniciado por GSM Association, la organizadora del acontecimiento. Barcelona, que acoge el Mobile World Congress desde 2006, aspira a ser en los próximos años capital permanente de las comunicaciones móviles, articulada alrededor de tres ejes: un gran centro tecnológico, un festival cultural y el congreso anual propiamente dicho.

Además de la implicación de Fira, la candidatura de Barcelona –en competición con Milán, Múnich y París– ha sido impulsada por distintas administraciones e instituciones: Ayuntamiento, Generalitat, Ministerio de Industria, Cámara de Comercio y Turismo de Barcelona y ha contado con el apoyo de grandes empresas, escuelas de negocios y expertos.

*La celebración de grandes
acontecimientos fomenta
la relación de empresas
y emprendedores con
compañías y visitantes
internacionales,
favoreciendo contactos
comerciales, negocio
e intercambio de
conocimiento*



Montjuïc

Fira ha seguido trabajando intensamente en el campo de la innovación con la creación de nuevos salones y productos feriales en respuesta a la demanda de las empresas y de la sociedad, en línea con el impulso de una economía basada en el conocimiento y en los productos con valor añadido.

Cabe destacar especialmente durante 2010 la celebración de HiT Barcelona, enmarcado en el Bizbarcelona, que incluye varias iniciativas relacionadas con la emprendeduría, la innovación y el talento, y de The Brandery, salón de moda urbana y contemporánea centrado en el papel e importancia de las marcas y que pone en valor el posicionamiento de Barcelona en el campo de la moda y la creatividad.

Durante el ejercicio que comentamos se puso a punto el diseño de nuevos salones que se celebran por primera vez este 2011 y el próximo 2012, como FM&BS (Facility Management and Business Service), dedicado al *outsourcing* o externalización de servicios, y Expomóvil Comercial, salón especializado en recambios, accesorios, equipos y postventa del automóvil. También se trabajó en la nueva orientación de Ecocity, que se reconvierte en Eco & Smartcity Expo, centrado en la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación en los servicios urbanos y en el marco de lo que se conoce como “ciudades inteligentes”.



Recinto de Gran Vía.

Nuevos pabellones en Gran Via

Asimismo, se trabajó intensamente en la preparación del ITMA (International Textile Machinery Association), la feria más importante del mundo sobre tecnología textil, que se celebra en septiembre de 2011 y ocupa todo el recinto de Gran Via. En este sentido, cabe recordar que en 2010 progresaron de forma importante los trabajos de construcción de los dos últimos pabellones del recinto, que añaden 40.000 m² a su superficie. Con la finalización de estos nuevos espacios expositivos en primavera de 2011, el recinto de Gran Via pasa a tener 240.000 m² expositivos brutos, y el conjunto de Fira de Barcelona, con el recinto de Montjuïc incluido, más de 400.000 m².

Uno de los aspectos de la innovación emprendida por Fira tiene que ver con el impulso de las nuevas tecnologías al servicio de expositores y visitantes. Las webs institucional y de los salones recibieron en 2010 más de 12 millones de visitas, a las que deberían añadirse las realizadas por los organizadores externos. Asimismo, se incrementó de forma sustancial el uso del *e-commerce* por parte de los clientes de la institución ferial y se dio un nuevo paso en la utilización de las redes sociales, vinculadas especialmente a los salones destinados al gran público, donde se marcan tendencias relacionadas con las modas y el consumo.



Vista aérea del recinto de Gran Via con los dos nuevos pabellones ya construidos.

Es especialmente remarcable que, entre 2009 y 2010, se hizo un considerable esfuerzo de inversión en tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Son las tecnologías que marcan un presente y un futuro, y que también focalizan la especial importancia de la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente. En este sentido, la institución ferial ha seguido trabajando sin tregua para favorecer el reciclaje, minimizar los impactos medioambientales de los grandes eventos y promover el ahorro energético y la eficiencia de sus instalaciones.

Delegaciones Internacionales

Alemania

Messe Barcelona
Matthias Poensgen
Albrechtstrasse, 8
72072 Tübingen, Alemania
Tel. 49 7071 365 595
Fax. 49 7071 365 596
germany@firabcn.es

Argelia

Bcn Promotions
Jessica Abdoulaoui
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 Paris
Francia
Tel. 33 1 47 07 29 39
Fax. 33 1 47 07 32 10
algeria@firabcn.es

Argentina

Analia Wlazlo
Tucumán, 1625 - 2º A
1050 Capital Federal - Buenos Aires
Argentina
Tel. 00 54 11 43723519
Fax. 00 54 11 43710083
argentina@firabcn.es

Austria

Messe Barcelona
Matthias Poensgen
Albrechtstrasse, 8
72072 Tübingen, Alemania
Tel. 49 7071 365 595
Fax. 49 7071 365 596
austria@firabcn.es

Bélgica

Koraal Consulting
Micole Smits
Heerlenerweg 10
6132 CM Sittard
The Netherlands
Tel. 31 46 400 04 46
Fax. 31 46 458 56 35
belgium@firabcn.es

Brasil

CNBE S.L.
Jordi Solé
Francisco Orjales
Rua Augusta, 2862, Sala 3 - Jardins
01412-100 São Paulo, Brasil
Tel. 55 11 3063 1067
Fax. 55 11 3062 9725
brazil@firabcn.es

Chile

Osvaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Of. 906
Providencia - Santiago de Chile, Chile
Tel. 56 2 657 24 37
Fax. 56 2 657 24 36
chile@firabcn.es

China

Noe China
Lisa Qu Lengyuan
Rm. 616, JuAn Mansion, N° 211 Urumchi
(N.) Rd.,
JingAn Distr., 200040 Shanghai, China
Tel. 86 21 516 96889
Fax. 86 21 510 79779
china@firabcn.es

Francia

Bcn Promotions
Gérard Escrivã
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 Paris, Francia
Tel. 33 1 47 07 29 39
Fax. 33 1 47 07 32 10
france@firabcn.es

Holanda

Koraal Consulting
Micole Smits
Heerlenerweg 10
6132 CM Sittard
The Netherlands
Tel. 31 46 400 04 46
Fax. 31 46 458 56 35
holland@firabcn.es

Hong Kong

Fairs communications int'l Co., LTD
Simon Yu
5 Fl., N° 255, Yen Chi Street
Taipei- 106, Taiwán
Tel. 886 2 2708 0927
Fax. 886 2 2701 0627
hongkong@firabcn.es

India

Comnet Exhibitions PVT. LTD.
Yogita Kackar
217-B (2nd Floor) Okhla Industrial Estate
Phase III - Nueva Delhi - 110020, India
Tel. 91 11 4279 5000
Fax. 91 11 4279 5098 / 99
india@firabcn.es

Irán

FBS Feed Back Services
Enrique Urrutia
C.P. 450316, Dubai - U.A.E.
Tel. 971 50 802 65 73
iran@firabcn.es

Irlanda

Expandys Limited
Emmanuel Bisi
Winchester House, 259-269
Old Marylebone Road - Suite 2.02
Londres - NW1 5RA
Reino Unido
Tel. 44 2077 238327
Fax. 44 2071 704125
ireland@firabcn.es

Israel

Tavor Economic Consultants LTD
Sergio Vinitsky
Corex House, 10 Zarchin St.
P.O. Box 3030 Raanana 43662, Israel
Tel. 972 9 777 68 08 / 09 / 00
Fax. 972 9 777 68 05
israel@firabcn.es

Italia

Expo Consulting
Marco Barozzi
Via Brugnoli 8
40122 Bolonia, Italia
Tel. 39 051 649 31 89
Fax. 39 051 649 32 42
italy@firabcn.es

Jordania

FBS Feed Back Services
Enrique Urrutia
C.P. 450316, Dubai - U.A.E.
Tel. 971 50 802 65 73
jordan@firabcn.es

Líbano

FBS Feed Back Services
Enrique Urrutia
C.P. 450316, Dubai - U.A.E.
Tel. 971 50 802 65 73
lebanon@firabcn.es

Luxemburgo

Koraal Consulting
Micole Smits
Heerlenerweg 10
6132 CM Sittard
The Netherlands
Tel. 31 46 400 04 46
Fax. 31 46 458 56 35
luxembourg@firabcn.es

Marruecos

Bcn Promotions
Jessica Abdoulahi
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 Paris, Francia
Tel. 33 1 47 07 29 39
Fax. 33 1 47 07 32 10
morocco@firabcn.es

México

Osvaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Of. 906
Providencia- Santiago de Chile, Chile
Tel. 56 2 657 24 37
Fax. 56 2 657 24 36
mexico@firabcn.es

Países del Golfo: Bahréin, Kuwait, Omán, Qatar, Arabia Saudí, Emiratos Árabes Unidos (U.A.E.)

FBS Feed Back Services
Enrique Urrutia
C.P. 450316, Dubai - U.A.E.
Tel. 971 50 802 65 73
gcccountries@firabcn.es

Portugal

Expotec
João Aguas
C.P. 32 - 2894-909 Alcochete
Portugal
Tel. 351 212 348 016
Fax. 351 212 342 776
portugal@firabcn.es

Reino Unido

Expandys Limited
Emmanuel Bisi
Winchester House, 259-269 Old
Marylebone Road
Suite 2.02, Londres NW1 5RA
Reino Unido
Tel. 44 2077 238327
Fax. 44 2071 704125
unitedkingdom@firabcn.es

Rusia

Mercados Exteriores Consulting & Events
José Montoro
Gogolevskiy Bulevar, 17, oficina 508
119019 Moscú, Rusia
Tel: 7 495 642 46 90
Fax: 7 495 637 37 93
russia@firabcn.es

Siria

FBS Feed Back Services
Enrique Urrutia
C.P. 450316, Dubai - U.A.E.
Tel. 971 50 802 65 73
syria@firabcn.es

Suiza

Messe Barcelona
Matthias Poensgen
Albrechtstrasse 8
72072 Tübingen, Alemania
Tel. 49 7071 365 595
Fax. 49 7071 365 596
switzerland@firabcn.es

Taiwán

Fairs communications int'l Co., LTD
Simon Yu
5 Fl., N° 255, Yen Chi Street
Taipei -106, Taiwán
Tel. 886 2 2708 0927
Fax. 886 2 2701 0627
taiwan@firabcn.es

Túnez

Bcn Promotions
Jessica Abdoulahi
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 París, Francia
Tel. 33 1 47 07 29 39
Fax. 33 1 47 07 32 10
tunisia@firabcn.es

Turquía

Senexpo, Uluslararasi Fuarcilik A.S.
Metin Ciplak
Hurriyet Mh. Dr. Cemil Bengü Caddesi n°
103
D.1 Sisli - Estambul, Turquía
Tel. 90 212 224 68 78
Fax. 90 212 224 85 58
turkey@firabcn.es

Ucrania y Comunidad de Estados Independientes (CEI)

Mercados Exteriores Consulting & Events
José Montoro
Gogolevskiy Bulevar, 17, oficina 508
119019 Moscú, Rusia
Tel: 7 495 642 46 90
Fax: 7 495 637 37 93
ukraine@firabcn.es



Salones y congresos

FIRA DE BARCELONA
Memoria 2010

Presidentes de salones

ALIMENTARIA

Josep Lluís Bonet i Ferrer

AUTOMÓVIL

Enrique Lacalle Coll

AVANTE

Santiago Moreno

**BARCELONA MEETING
POINT**

Enrique Lacalle i Coll

BCN RAIL

Xavier Vizcaino Muñoz

BIZBARCELONA

Jordi William Carnes i Ayats

BTA

Llucà Casellas i Puig

CARAVANING

Ramon Nuez Pérez

COSTRUMAT

Josep Miarnau Montserrat

EIBTM

Joan Gaspart i Solves

EQUIPLAST

Vicenç Mateu i Ortiz

EUROSURFAS

José Luis Diloy i Barrio

EXPOMINER

Eudald Carbonell i Roura

EXPOQUIMIA

Rafael Foguet i Ambrós

EXPOECOSALUD

Jordi Sagrera i Ferrándiz

EXPOMÓVIL COMERCIAL

Antoni Marsal i Fábregas

**FM&BS (MANAGEMENT
& BUSINESS SERVICES
WORLD SUMMIT)**

Enric Alonso i Llorente

GLOBALGEO

Lluís Sanz i Marco

GRAPHISPAG

Miquel Heredia i Lafita

GRAPHISPAG DIGITAL

Rafael Farrés i Ferrer
Jesús Garre i Lacalle

HISPACK

Javier Riera-Marsà i Bonmatí

HOSTELCO

Jordi Roure i Boada

INFARMA

Jordi de Dalmases i Balañà

INFANCIA

Judit Mascó i Palau

INSTALMAT

Pere Miquel Guiu i Vidal

LIBER

Pedro de Andrés

MAQUITEC

Josep Morell i Miró

**SEMANA INTERNACIONAL
DEL ANIMAL DE COMPAÑIA**

Paolo Ongari

NÁUTICO

Luis Conde Möller

NOVIAESPAÑA

Francesc Flaqué i Fontanals

OCASIÓN

Jaume Roura i Calls

PISCINA

Eloi Planes i Corts

**SIL - SALÓN
INTERNACIONAL
DE LA LOGÍSTICA**

Enrique Lacalle Coll

SMART CITY EXPO

Ramon Roca i Enrich

**SONIMAGFOTO &
MULTIMEDIA**

Enric Galve

TURISMO - SITC

Raimon Martínez Fraile



Alimentaria

Salón Internacional de la
Alimentación y Bebidas

22-26/03

Montjuïc. 18ª edición

Alimentaria, certamen español de referencia y una de las tres ferias alimentarias más importantes del mundo, cerró la edición de 2010 con resultados muy satisfactorios. El número de visitantes, 140.500, aumentó el 8% sobre lo previsto y el alto nivel de internacionalidad fue una de las características del certamen: el 25% de los visitantes procedía de 155 países, y cerca de las 4.000 empresas expositoras, entre firmas directas y representadas, provenían de 75 países, confirmando Alimentaria como cita imprescindible a escala mundial.

Hay que subrayar que Alimentaria 2010 fue plataforma de internacionalización para miles de empresas españolas agroalimentarias que tienen el salón como principal vía de promoción exterior. Se organizaron más de 8.000 reuniones entre firmas

Superficie: 168.800 m²

Expositores: 3.936

Carácter: profesional

Actividades: demostraciones, exposiciones, foros y congresos, encuentros empresariales

Organizado por Alimentaria Exhibitions, joint venture entre Fira de Barcelona y Reed Exhibitions

del país y distribuidores internacionales auspiciadas por la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas, el Instituto Español del Comercio Exterior y ACCIÓ de la Generalitat con la colaboración de otras instituciones del sector.

En esta ocasión, el Foro Internacional de la Alimentación hizo público el estudio inédito elaborado por la consultora Synovate *¿Qué espera hoy el consumidor de las marcas? El rol del fabricante como gestor de marca*. El Foro, que se celebra en el marco de Alimentaria desde 2002, pretende profundizar en aspectos relacionados con los hábitos de consumo, públicos emergentes, comunicación con el consumidor, etc. Según el estudio, la marca es bandera de la necesaria internacionalización de la industria agroalimentaria española.



El Congreso Internacional de la Dieta Mediterránea ofreció varias ponencias sobre los principales alimentos que la componen, su evolución y estado actual.

Por su parte, el 4.º congreso de gastronomía BCNVanguardia, otra actividad característica del salón, estuvo marcado en esta edición por la experimentación ante el público profesional. “Experimenta” daba nombre a la iniciativa en que todas las ponencias iban acompañadas de catas en directo.

Los asistentes pudieron probar las sofisticadas elaboraciones de los chefs y conocer de primera mano el anuncio, efectuado por Ferran Adrià, del acuerdo de colaboración entre la Fundació Alícia y la Universidad de Harvard para que varios cocineros catalanes impartan clases en el campus estadounidense.

Como es habitual, Alimentaria también actuó como gran escaparate de tendencias y novedades. Desde el vino sin alcohol hasta el queso de chocolate, pasando por los cafés verdes antioxidantes: una oferta original y amplia de productos que las empresas expositoras aprovechan para lanzar coincidiendo con la celebración del salón.

En esta línea, Innoval 2010 se consolidó en su séptima edición como el observatorio internacional de la I+D+i en alimentación. Concebido como

clúster de ideas, Innoval 2010 mostró a expositores, compradores y medios de comunicación centenares de productos innovadores e hizo entrega de sus premios.





Antiquaris BCN

Salón de Arte Antiguo
y Moderno de Barcelona

16-24/10

Montjuïc. 34.ª edición

Seis mil años de historia materializados en 15.000 obras de arte a disposición de coleccionistas y curiosos. Esta es la oferta que la nueva edición de Antiquaris Barcelona presentó a sus visitantes en 2010, que significó, además, el inicio de una nueva etapa en la que el salón unió las dos grandes citas del sector en Cataluña: Antiquaris Barcelona y el Salón de Arte de las Reales Atarazanas. Por ello, el evento se convirtió en punto de encuentro ineludible para profesionales, coleccionistas y público apasionado por las obras de arte clásicas y contemporáneas.

El salón exhibió piezas de todos los siglos, tendencias artísticas y distintos segmentos de precios, incluido un ámbito que, bajo el nombre “Espacio del deseo”, ofreció la posibilidad de adquirir obras

Superficie: 5.000 m²

Expositores: 49

Carácter: profesional y público

Actividades: “Espacio del deseo”

Organizado por Flaqué Internacional.

de calidad a precios por debajo de los 3.000 euros con el objetivo de seducir a jóvenes amantes del arte dispuestos a iniciar una colección.

La muestra incluyó pinturas, grabados, litografías, dibujos, esculturas, alta joyería, tapices, mobiliario de distintas épocas y estilos, arte africano y piezas arqueológicas dignas de cualquier museo. De entre estas últimas, destacaron esculturas realizadas en tiempos del imperio romano, terracotas imperiales de la dorada época cultural china de la dinastía Tang y una estela del antiguo reino de Saba de finales del primer milenio a. C. La pintura y escultura contemporáneas estuvieron representadas por creaciones de Picasso, Dalí, Barceló, Miró, Plensa y Tàpies.



Auto Retro Barcelona

Exposición de Coches y
Motocicletas de Colección

04-08/12

Montjuïc. 27.ª edición

Auto Retro 2010 se confirmó como una de las ediciones más dinámicas de los últimos años, alcanzando cifras significativas, con la presencia de 300 expositores de ocho nacionalidades y 600 vehículos expuestos. Así pues, el salón internacional del automóvil, la motocicleta, la aviación y la náutica clásica reafirmó su condición de certamen líder de su especialidad en el sur de Europa.

Una de las actividades más exitosas fue la concentración organizada por Rally Classics, con la participación de cerca de 200 vehículos expuestos en la avenida de la Reina María Cristina que circularon por el antiguo circuito de Montjuïc, que había sido uno de los más importantes de Europa. Una pista de slots de grandes dimensiones permitió, asimismo, reproducir el mítico trazado por el que

Superficie: 30.850 m²

Expositores: 300

Carácter: público

Actividades: exhibición de coches clásicos, homenajes y concentraciones

Organizado por Promobil Group SCP.

rodaron reproducciones de históricos automóviles de competición. Fue homenajeado el veterano piloto Juan Fernández, máximo representante de la Escudería Montjuïc.

La muestra central de esta edición estuvo dedicada al centenario de Alfa Romeo, con la exhibición de 14 de los modelos más emblemáticos de la firma. Destacó también el concurso de reparación del SEAT 600, la exposición de 20 motocicletas de la marca catalana Sanglas y la dedicada al fabricante barcelonés de monoplazas Selex con motivo de su 50 aniversario.

La compraventa de recambios y accesorios, junto con el Car Corral, espacio donde estuvieron expuestos automóviles clásicos que fueron puestos a la venta, completaron la oferta del certamen.



Avante

Salón para la Autonomía Personal
y la Calidad de Vida

02-04/06

Gran Via. 2.ª edición

En su segunda edición, Avante se consolidó como encuentro de referencia para las soluciones que permiten mejorar la autonomía y calidad de vida de las personas en situación de discapacidad y dependencia.

El salón exhibió en el área I+D+i prototipos y proyectos nacionales y europeos, como pueden ser sistemas de teleasistencia, biosensores instalados en la ropa para controlar las constantes vitales del paciente y dispositivos que permiten leer los códigos de barras de los medicamentos a través de un móvil.

También se presentaron nuevos productos y servicios ya disponibles en el mercado para favorecer la autonomía, la salud, la movilidad y el ocio: la exposición Hogar Avante recreó una casa totalmente adaptada para niños y adultos con discapacidad o dependencia, incorporando sistemas para abrir la

Superficie: 12.600 m²

Expositores: 73

Carácter: profesional y público

Actividades: Área I+D+i, exposición Hogar Avante, conferencias, encuentros empresariales y talleres

Organizado por Fira de Barcelona. (*)

(*) Cuando no se indica lo contrario, los salones han sido organizados por Fira de Barcelona

puerta mediante el iris de los ojos, ordenadores integrados en las sillas de ruedas y juguetes y muebles regulables. Otras novedades fueron automóviles que pueden ser conducidos con un joystick y oferta turística y deportiva para personas con movilidad reducida.

Destacaron, además, las jornadas organizadas con la participación de casi un millar de especialistas de 23 países centradas en los futuros recursos asistenciales y sanitarios, así como en la promoción del envejecimiento saludable gracias al uso de las nuevas tecnologías.

Con motivo de la presidencia española de la Unión Europea, se reunió en Avante la asamblea general de la asociación AAL, que gestiona proyectos tecnológicos desarrollados en Europa para mejorar la calidad de vida de los mayores.



080 Barcelona Fashion

26-29/01 - 13-15/07

Montjuïc. 5.ª y 6.ª ediciones

Las dos ediciones de 080 Barcelona Fashion, celebradas en enero y julio de 2010, confirmaron el posicionamiento del salón como plataforma para promocionar la moda de vanguardia a escala internacional.

Uno de sus principales atractivos fue nuevamente la pasarela, que acogió, en ambas convocatorias, la presentación de las últimas colecciones de 18 diseñadores, tanto emergentes como consagrados, entre los que destacaron Celia Vela, Miriam Ponsa, Josep Abril, Cardona Bonache, Bibian Blue, Tim Hamilton y Yiorgos Eleftheriades. Además de los desfiles, más de 50 creadores participaron en el *showroom* de 080 para mostrar sus diseños y entrar en contacto directo profesionales y compradores.

Superficie: 11.000 m²

Expositores: 50 gener / 53 juliol

Carácter: profesional

Actividades: desfiles, premio 080 Barcelona Fashion y actuaciones musicales en directo

Organizado por el Departament d'Innovació, Universitat i Empresa de la Generalitat de Catalunya.

En 2010, el salón apostó por la moda masculina, se dividió por primera vez el premio 080 Barcelona en dos categorías: mejor colección de hombre y de mujer. Los galardonados fueron: Jan Iú Més, Karlotalaspalas, Miriam Ponsa, Manuel Bolaño y Juan Antonio Ávalos.

La edición de enero coincidió, además, en fechas y recinto con el salón de moda urbana The Brander, lo que permitió sumar sinergias y convertir Barcelona en la capital de la moda.

Otra novedad fue la participación de los diseñadores de 080 en los premios Gaudí de cine, vistiendo a los protagonistas de esta gala con el doble objetivo de promocionar la industria cinematográfica y la moda catalanas.



Barcelona Meeting Point

20-22/10

14.ª edición

Barcelona Meeting Point (BMP) volvió a ser en 2010 la cita inmobiliaria de referencia en España y una de las más importantes de Europa. Con la participación de 200 expositores de 18 países, el salón superó las previsiones iniciales.

Durante tres días, mostró las nuevas oportunidades de inversión, una amplia variedad de productos con descuentos especiales y las últimas tendencias del sector inmobiliario, además de promover nuevos contactos y generar negocio.

Como en años anteriores, la oferta comercial y de actividades se dividió en los habituales formatos: el salón profesional, el dedicado al gran público y el Symposium, un gran foro de debate sobre oportunidades y retos del sector que reunió a más de 80

Superficie: 24.600 m²

Expositores: 200

Carácter: profesional y público

Actividades: conferencias, jornadas y premios

Organizado por el Consorci de la Zona Franca de Barcelona.

ponentes en 25 sesiones, entre las que destacó la II Conferencia Euro-Árabe de Inversión Inmobiliaria, organizada con la colaboración del Urban Land Institute. La presencia y participación de diferentes organizaciones y asociaciones internacionales, así como de escuelas de negocio es uno de sus rasgos característicos.

Un año más, BMP apostó por la internacionalización, con la presencia del 40% de expositores extranjeros y atrayendo la visita de empresarios y profesionales de 39 países, especialmente de Rusia, Latinoamérica, centro y este de Europa y Oriente Medio. En la edición de 2010, también participaron por primera vez 20 parques científicos y tecnológicos españoles.



BCN Bridal Week Noviaespaña / Pasarela Gaudí Novias

18-23/05

Gran Vía. 20.ª edición

En su vigésimo aniversario, la BCN Bridal Week reafirmó su sólida posición como escaparate internacional de la moda nupcial. La cita barcelonesa, donde se reunieron la práctica totalidad de las empresas nacionales del sector, mostró un año más su buena trayectoria acogiendo 235 marcas, el 2% más que en la pasada edición.

La presencia extranjera volvió a ser muy destacada, con un aumento del 8%. El 60% de los visitantes provenía de 50 países distintos, en especial de Estados Unidos, que por primera vez lideró el *ranking*.

Por su parte, en el Salón Internacional Noviaespaña, las marcas mostraron sus diseños de vestidos de novia, sus propuestas en todo tipo de comple-

Superficie: 30.000 m²

Expositores: 235 marcas

Carácter: profesional

Actividades: desfiles

Organizado por Flaqué Internacional.

mentos nupciales y en vestidos de fiesta. La participación extranjera también fue muy destacada, con el 40% de marcas internacionales procedentes de Alemania, Bélgica, Chipre, Francia, Holanda, Inglaterra, Líbano, Portugal, Turquía y Corea del Sur, además de España, que en el campo de la moda nupcial juega un relevante papel.

En la Pasarela Gaudí Novias se presentaron las colecciones de 29 diseñadores nacionales e internacionales. Casi 14.000 espectadores admiraron los últimos modelos de Pronovias, Rosa Clará y Jesús del Pozo, entre los más destacados. En esta ocasión se sumaron a la muestra nuevas firmas como Cymbeline, Elisabeth Barboza by Pronuptia Paris, Juanjo Oliva y Lee Seung-Jin.



Salón Internacional del Caravaning

09-17/10

Gran Vía. 29.ª edición

La celebración de Caravaning supuso un verdadero impulso para un sector especialmente afectado por la crisis. Durante su celebración se vendieron 364 caravanas y autocaravanas, lo que representó el 80% del total de vehículos puestos a la venta por parte del centenar de expositores. En tan solo nueve jornadas se comercializó el 7,5% del total de vehículos de ocio vendidos en todo 2009 en España (4.796), según datos de la European Caravan Federation.

Numeroso público visitó el salón, consolidado como la mayor cita nacional y del sur de Europa. Caravaning destaca por ser un evento familiar, el que tiene más presencia infantil tras el tradicional Festival de la Infancia.

Junto a la exposición comercial, el Salón Internacional del Caravaning contó con numerosos

Superficie: 30.000 m²

Expositores: 100

Carácter: profesional y abierto al público

Actividades: XIV Encuentro Profesional de Empresarios del Camping y el Caravaning, concentración de caravanas y autocaravanas, actividades infantiles

alicientes. Destacó FamParc, área de actividades lúdicas organizada por la Diputación de Barcelona donde cientos de familias pudieron disfrutar de una zona de juegos. Asimismo, se habilitó un aparcamiento que acogió la VI Concentración de Caravanas y Autocaravanas, en la que participaron 180 vehículos.

El salón fue sede del XIV Encuentro Profesional de Empresarios del Camping y el Caravaning, en cuyo marco se celebró el primer congreso conjunto de la Federación Española de Empresarios de Camping (FEEC) y la Asociación Española de Comercio del Caravaning (Aseicar). En esta cumbre sectorial se puso de manifiesto la necesidad de que ambos sectores aprovechen las sinergias existentes para impulsar su imagen de marca.



Salón Internacional del Cómic de Barcelona

06-09/05

Montjuïc. 28.ª edición

El mundo de la historieta gráfica ha demostrado seguir en plena forma tras el éxito de la nueva edición del Salón Internacional del Cómic, que congregó a visitantes procedentes de seis países distintos. Casi 150 expositores mostraron las novedades de un ámbito cultural que disfruta de gran popularidad y capacidad de influencia entre todos los públicos, y que se renueva constantemente.

En este sentido, el salón reflejó los lazos cada vez más estrechos entre el cómic y la industria audiovisual. La visita de Sam Lake, guionista del videojuego *Alan Wake*, y la del actor Óscar Jaenada, promocionando el film del que es protagonista, *Los perdedores*, fueron buena muestra de dicha convergencia de la viñeta y la imagen en movimiento. Los originales de este cómic llevado al cine se exhibieron junto a los de *Jonah Hex* e *Iron Man 2*.

Superficie: 19.000 m²

Expositores: 147

Carácter: público

Actividades: exposiciones, premios, mesas redondas, encuentros sectoriales, talleres

Organizado por Ficomic.

La presente edición destacó por las exposiciones de homenaje a cómics y creadores clásicos, especialmente una muestra dedicada al personaje *Corto Maltés*, el apátrida aventurero de Hugo Pratt, con originales del autor, y las centradas en el dibujante Manuel Vázquez y *El Príncipe Valiente*, el cómic de Harold Foster.

La música estuvo muy presente en el Salón del Cómic con conciertos diarios de grupos como Sildonie y la participación del dúo musical Estopa, que presentó el cómic *Ultimate Estopa*.

No faltaron prestigiosos dibujantes como Jacques Tardi, Moebius, Charles Berberian y Jeff Smith. El salón propició más de 400 encuentros profesionales entre autores españoles y editores nacionales e internacionales.



Cosmobelleza & Wellness

Salón Internacional de Peluquería, Estética y Wellness

06-08/03

Gran Vía. 16.ª edición

Internacionalización, formación y negocio son los tres ejes del salón Cosmobelleza & Wellness, uno de los eventos más importante de belleza integral en el ámbito euromediterráneo.

Las principales tendencias y novedades del sector de la peluquería, la estética y el *wellness* se presentaron un año más con la participación de expositores de Alemania, Australia, Bélgica, China, España, Estados Unidos, Francia, Italia, Jordania, Países Bajos, Pakistán, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Taiwán, Turquía, Ucrania y Venezuela. El 15% de los profesionales que visitaron Cosmobelleza procedía de 69 países de todo el mundo.

Por cuarto año consecutivo, se desarrollaron las Rondas de Negocios, plataforma empresarial ideada para promover alianzas estratégicas entre

Superficie: 38.000 m²

Expositores: 316

Carácter: profesional

Actividades: jornadas técnicas, aulas de formación, congresos, concursos, rondas de negocio

Organizado por Gestión de Cosmobelleza, S.L.

fabricantes y empresas distribuidoras de productos de belleza de distintas partes del mundo. Más de 35 distribuidoras y cerca de 70 fabricantes participaron en esta actividad, durante la cual se gestionaron alrededor de 800 reuniones con el objetivo de cerrar negocios a medio y largo plazo.

Cosmobelleza & Wellness se convirtió también en marco de numerosas actividades dirigidas a los profesionales. Una de las más espectaculares fue el Concurso de Maquillaje Corporal, que se ha convertido ya en toda una tradición. Destacaron también los congresos de estética, peluquería, *spa* y *wellness*, la pasarela Barcelona Hair Fashion y la celebración de numerosas aulas taller y salas técnicas de peluquería y estética, y las Jornadas Profesionales de Termalismo y Wellness.



E-commretail

Salón Profesional del Comercio Electrónico y los Negocios Online

15-16/05

Montjuïc. 1.ª edición

El recinto de Montjuïc acogió por vez primera E-commretail, salón nacido en 2009 con la voluntad de aglutinar las crecientes posibilidades que Internet ofrece al mundo de los negocios. A pesar de encontrarse aún en sus inicios, el certamen se ha convertido ya en referente en su especialidad en el sur de Europa debido a su innovador y útil contenido.

Internet es un instrumento fundamental para las empresas, no tan solo como herramienta cotidiana de trabajo y gestión, sino, especialmente, como potente mecanismo de expansión. En este sentido, E-commretail congregó a empresas cuyos servicios se dirigen a otras compañías que operan a través de Internet o quieren posicionarse en la red. Cerca de

Superficie: 3.600 m²

Expositores: 73

Carácter: profesional

Actividades: exposiciones, conferencias, foros y seminarios

Organizado por Fopren.

6.500 visitantes profesionales pudieron acceder a las ofertas de tecnología y servicios de *e-commerce*, *marketing* digital, diseño de páginas web y tiendas en línea, logística aplicada al *e-commerce*, analítica web, *hosting*, métodos de pago, *social media*, *open sources* y reputación en línea, entre otras.

E-commretail también contó con un espacio dedicado a la formación y divulgación. Los asistentes tuvieron a su disposición un amplio programa de conferencias, foros, ponencias y seminarios en los que participaron más de 125 ponentes nacionales e internacionales. La alta valoración de los visitantes, al clausurar el certamen, puso de relieve su triple dimensión de plataforma, ámbito de formación y punto de encuentro para contactos y negocios.



Día del Emprendedor / Salón Emprendedor

16-17/06

Montjuïc. 1.ª edición conjunta IX Día del Emprendedor
- I Salón Emprendedor

Con su celebración en Fira de Barcelona, el Día del Emprendedor multiplicó sus actividades formativas y de *networking* y casi dobló el número de participantes de la edición anterior. Asistieron más de 11.300 personas con ideas de negocio o empresas ya constituidas. Otros datos avalan el éxito de la edición: 18.500 relaciones de negocio; más de 140 actividades y la participación de 124 entidades colaboradoras, 42 altos directivos y *decision-makers*, y 341 ponentes, expertos y asesores.

Encuentros sectoriales, citas entre emprendedores, espacios de trabajo y relación, agendas de reuniones con directivos de empresas públicas y privadas, entrevistas con expertos y asesores fueron algunas de las actividades. Tuvieron un amplio seguimiento los más de 70 talleres, mesas redondas

Superficie: 24.000 m²

Expositores: 82

Carácter: público y profesional

Actividades: conferencias y talleres; encuentros sectoriales de *networking*, citas entre emprendedores, agendas de reuniones con directivos de empresas públicas y privadas, entrevistas con expertos y asesores y exposiciones

y conferencias sobre franquicias y adquisiciones, financiación, aceleración empresarial, tendencias y oportunidades de negocio, creación, gestión, *marketing* y ventas. Asimismo, se potenció la internacionalización, destacando un área de *business landing* para atraer a emprendedores extranjeros.

El Día del Emprendedor está promovido por el Ayuntamiento de Barcelona, la Generalitat de Cataluña, la Cámara de Comercio de Barcelona, "la Caixa", el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, y la Diputación. Cuenta con patrocinadores como el Consorci de la Zona Franca, el Instituto de Crédito Oficial (ICO), Google y Ernst & Young.

En este marco del Día del Emprendedor, Fira de Barcelona organizó el I Salón Emprendedor para potenciar la vertiente de negocio, reuniendo a 82



expositores con una amplia oferta comercial para materializar ideas y proyectos y hacer crecer las empresas. Destacaron los servicios de asesoramiento legal, fiscal y laboral, las soluciones tecnológicas para la gestión empresarial y la comunicación, y los negocios en línea. El salón agrupó también una veintena de marcas franquiciadoras, así como entidades financieras, consultoras, aseguradoras, instituciones públicas y centros de formación.

Como espacios propios, el Salón Emprendedor inauguró el Ofertódromo para que los expositores explicaran sus propuestas comerciales y amplió el “Campamento Base”, la zona con las empresas más jóvenes –con menos de cinco años de actividad– y con los finalistas y ganadores de los premios Barcelona Capital Emprendedora que anualmente convoca el Ayuntamiento de Barcelona.

Las empresas premiadas fueron CFLabs, laboratorio forense de análisis de dispositivos electrónicos; Restalo.es, portal en línea de reservas en restaurantes en tiempo real; SITmobile, creadores de plataformas de envío masivo de mensajes SMS como herramienta de *marketing*, e Intelligent Pharma, empresa biotecnológica de herramientas computacionales para el diseño de fármacos.

Junto con HiT Barcelona, el Foro Tecnio y los premios Emprendedor XXI, el Salón y el Día del

Emprendedor forman parte de Bizbarcelona, la plataforma de eventos relacionados con la innovación, emprendedoría y crecimiento empresarial.





EIBTM

Salón Profesional de la Industria
de Viajes de Negocios, Congresos
e Incentivos

30/11-02/12

Gran Vía. 7.ª edición en Barcelona

Una de las citas más importantes del mundo para los profesionales de los eventos y viajes de negocios celebró una nueva edición en Fira, la séptima realizada en Barcelona de manera consecutiva. El número de profesionales aumentó el 5% con respecto a 2009 destacando el auge de los “compradores invitados”.

Los visitantes de EIBTM presentan el perfil de ejecutivos responsables de la organización de viajes de negocios, congresos, conferencias, eventos y viajes de incentivos. Destacan agencias, asociaciones, grandes empresas y organizaciones profesionales de conferencias que buscan en el salón los productos, servicios, destinos y tendencias más recientes.

El número de expositores también aumentó: procedentes de más de 90 países, mostraron más

Superficie: 42.900 m²

Expositores: 3.125

Carácter: profesional

Actividades: seminarios, foros, encuentros de negocios, premios

Organizado por Reed Travel Exhibitions.

de 3.000 ofertas relacionadas con la industria de los encuentros profesionales. EIBTM actuó como escaparate de vanguardia del sector y como gran plataforma de negocios, y así, durante los tres días del salón, compradores invitados y expositores mantuvieron cerca de 57.000 encuentros comerciales.

Junto al desarrollo tecnológico, la formación fue un año más una de las grandes apuestas con el ya consolidado Programa de Educación Profesional, con cerca de 60 seminarios, conferencias y talleres.

Entre las iniciativas propias de esta edición cabe destacar la entrega de los premios Stand y la puesta en marcha de EIBTM TV, canal que transmitía en directo todos los actos realizados en el salón y que podía ser seguido en la web de EIBTM.



Expoaviga Fòrum

Salón Internacional de la
Tecnología Ganadera

08-10/06

Montjuïc. 19.ª edición

El Palau de Congressos de Barcelona fue sede de la edición 2010 de Expoaviga, que se celebró bajo un nuevo formato y un nuevo nombre, Expoaviga Fòrum, con el objetivo de convertirse en ámbito de debate de la ganadería española.

La nueva orientación del certamen recibió el apoyo mayoritario del sector y de las administraciones públicas. Así, la entonces ministra de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Elena Espinosa, aplaudió, en el acto inaugural, el “cambio de planteamiento de Expoaviga”, ya que dijo que “el conocimiento y la tecnología son los caminos a seguir por la ganadería de nuestro país para salir de la crisis”.

En el marco de Expoaviga Fòrum se celebraron más de 60 jornadas técnicas en las que participaron más de 3.200 congresistas y hubo también una zona

Superficie: 5.500 m²

Expositores: 100

Carácter: profesional

Jornadas: jornadas Lonja de Cereales, congresos, seminarios, premios

de exposición comercial con cerca de un centenar de empresas y laboratorios veterinarios.

La celebración de la Lonja de Cereales, la entrega de los premios a la innovación tecnológica en el sector lácteo y el II Congreso Español de Gestión Integral de Deyecciones Ganaderas en el marco de Ecofarm completaron el programa de Expoaviga Fòrum.

Las principales asociaciones sectoriales de la ganadería española aprovecharon su presencia en el certamen para expresar su inquietud por el nuevo marco normativo que regirá en la Unión Europea a partir de 2013, al entrar en vigor la nueva Ley de Bienestar Animal, que exigirá una mejora del trato a los animales en las explotaciones ganaderas y una nueva política agraria común (PAC), que contará con menor dotación presupuestaria.



Expohogar

Salón Internacional del Regalo, la
Decoración y Artículos para el Hogar

22-25/01

Gran Vía. 41.ª edición

24-27/09

Montjuïc. 42.ª edición

Expohogar Primavera se celebró en el recinto de Gran Vía presentando todas las novedades en decoración, regalo y artículos para el hogar, bisutería y complementos de moda de la temporada primavera-verano 2010. El abanico para hombres fue el gran triunfador del certamen, junto con las nuevas bolsas y carritos de la compra, de atractivos colores y estampados, que se están reinventando con la paulatina retirada de las bolsas de plástico de las tiendas.

Por su parte, Expohogar Otoño mostró, en su regreso al recinto de Montjuïc, los artículos y novedades del otoño-invierno 2010-2011. Se puso de manifiesto la capacidad de los expositores para adaptarse a las nuevas demandas de los consumidores al presentar objetos más funcionales y respetuosos con el medio ambiente. Así, se exhi-

Primavera

Superficie: 8.000 m²

Expositores: 100

Carácter: profesional

Otoño

Superficie: 10.000 m²

Expositores: 110

Carácter: profesional

bieron cuadros de cartón que se transforman en sillas, puntos de libro con efectos en 3D, paraguas con formas aerodinámicas para resistir el viento y nuevas propuestas de decoración navideña como por ejemplo árboles con luces LED.

Como es habitual, las dos ediciones de Expohogar contaron con la participación del Centro de Iniciativas para la Reinserción (CIRE) de la Generalitat de Cataluña, que presentó su amplia gama de productos fabricados en los talleres de las cárceles catalanas por presos en proceso de reinserción social.

Las dos ediciones reafirmaron el papel de Expohogar como feria de referencia para el pequeño y mediano comercio, distribuidores, interioristas, decoradores y mayoristas de toda Cataluña y su zona de influencia.



Expominer

Salón de Minerales, Fósiles y Joyería

19-21/11

Montjuïc. 32.ª edición

El coleccionismo de minerales y fósiles y la joyería se dieron cita un año más en Expominer, donde sus visitantes disfrutaron descubriendo, adquiriendo o incluso intercambiando minerales de todos los tipos, piedras preciosas, meteoritos y fósiles dignos de las mejores colecciones museísticas.

Esta nueva edición contó con 133 expositores, más de la mitad de ellos extranjeros procedentes de 17 países. El salón generó numerosas ventas y los expositores y visitantes se mostraron satisfechos por el volumen de negocio registrado, superior a sus expectativas.

Pudo ser admirada una colección de meteoritos de la Luna y de Marte única en España. También hubo piedras preciosas de coleccionista, como la turmalina de Paraíba (Brasil), cuya rareza sitúa su

Superficie: 5.500 m²

Expositores: 133

Carácter: profesional y público

Actividades: exposiciones, proyección de documentales, talleres, demostraciones y concurso de dibujo

precio por encima del diamante. Los amantes de la paleontología encontraron en el salón fósiles auténticos de más de 100 millones de años de antigüedad, como los esqueletos completos de *Psittacosaurus* o, incluso, un nido con huevos de dinosaurio del Cretácico de gran valor científico.

La cultura y la formación fueron otros pilares del salón. Unos 2.000 jóvenes participaron en las actividades organizadas por la Facultad de Geología de la Universidad de Barcelona, como la exposición "Vive la geología", donde descubrieron la composición mineral de determinados objetos de uso cotidiano, aprendieron de qué forma se encontraba antiguamente el oro mediante la técnica de la batea y averiguaron, gracias a un simulador, qué es y cómo se forma un *tsunami*.



Festival de la Infancia

27/12-04/01

Montjuïc. 48.ª edición

El recinto de Montjuïc acogió una vez más el tradicional Festival de la Infancia que Fira de Barcelona organiza de forma ininterrumpida desde su primera edición en 1963.

Fue muy destacada la participación, por primera vez, de la Fundació Joan Miró, que acercó a los niños al universo del genial artista catalán. Las aportaciones de otras muchas empresas e instituciones como el Institut Barcelona Esports, la Diputación de Barcelona o la Generalitat de Cataluña, que participó a través de varios departamentos, contribuyeron al éxito del salón.

Una de las señas de identidad del certamen es el deporte, muy presente gracias a la implicación de distintas federaciones catalanas como las de baloncesto, taekwondo, automovilismo y tiro olímpico. Entre las actividades con mayor seguimiento

Superficie: 40.000 m²

Expositores: 70

Carácter: público

Actividades: talleres, concursos, juegos, desfiles, campeonatos

destacó la 48.ª edición del tradicional Trofeu Molinet de baloncesto, que en 2010 batió el récord de participación con 113 equipos inscritos.

Asimismo, uno de los atractivos del festival fue un stand de Custo Growing, la línea de ropa infantil del diseñador Custo Dalmau, en el que los niños pudieron experimentar la emoción de desfilarse sobre una pasarela.

Desde sus inicios, el Festival de la Infancia se ha caracterizado por desarrollar actividades que persiguen no tan solo la diversión, sino también formar a los más pequeños en valores como la solidaridad, el civismo, la participación, la creatividad y el respeto por el medio ambiente. Por ello el certamen es un referente en las fiestas navideñas y adquiere carácter familiar, con la participación de miles de niños y sus acompañantes.



HiT Barcelona

World Innovation Summit

16-17/06

Palau de Congressos de Barcelona. 2.ª edición

Tres conceptos definen HiT Barcelona: innovación, emprendeduría e inversión. Son la esencia de un evento que desea convertirse en un encuentro mundial donde las buenas ideas hallan caminos para transformar el mundo. HiT Barcelona – World Innovation Summit reunió a líderes empresariales innovadores, inversores y emprendedores con la voluntad de convertirse en un foro donde compartir ideas y descubrir los mecanismos que permiten convertirlas en un gran negocio.

El salón condensó su programa en dos jornadas. La primera, dedicada al conocimiento, acogió 17 ponencias, entre ellas la del experto mundial en desarrollo urbano Richard Florida, la del vicepresidente de Google, Bradley Horowitz, y la del fundador de Foursquare, Dennis Crowley. La segunda, sobre el *networking* y las oportunidades de negocio,

Superficie: 2.000 m²

Empresas participantes: 1.000

Carácter: profesional

Actividades: Plenary Congress, Symposium on Clusters and Parks of Excellence, Venture Capital Corner, Ideas & Investment Marketplaces y Global Entrepreneurship Competition

propició más de 1.815 reuniones, entre ellas 705 entrevistas entre fondos de inversión privados y emprendedores; y acogió la segunda edición de la Global Entrepreneurship Competition, concurso para empresas en fase embrionaria. La compañía peerTransfer, fundada en Boston por el valenciano Iker Marcaide, obtuvo el primer premio.

HiT Barcelona se integró en 2010 en Bizbarcelona, un proyecto conjunto liderado por el Ayuntamiento de Barcelona, la Generalitat de Cataluña, la Cámara de Comercio de Barcelona, la Diputación de Barcelona y "la Caixa" para posicionar Barcelona como zona de innovación y emprendeduría a escala nacional e internacional. Bizbarcelona también engloba el Día del Emprendedor, los premios Emprendedor XXI y el Fórum Tecnio.



Hostelco

Salón Internacional del
Equipamiento para la Restauración,
Hostelería y Colectividades

05-09/11

Montjuïc. 15.ª edición

Hostelco apostó en su nueva convocatoria por la innovación como clave para dinamizar el sector. Con este objetivo, acogió diversos foros sectoriales, así como actividades para cada segmento de su oferta.

La presente edición del salón, que contó con la participación de 700 empresas, fue especialmente valorada por los expositores y visitantes por el volumen de negocios registrado, que, según los profesionales, reflejó la moderada reactivación económica que experimenta el sector tras un difícil año 2009.

Las empresas expositoras destacaron la calidad de los miles de profesionales que visitaron el certamen, alrededor de 62.000, en la mayor parte empresarios, directores de compras de empresas hoteleras y distribuidores con un alto poder de decisión sobre las adquisiciones. Estos profesionales se mostraron interesados no sólo en adquirir productos, sino

Superficie: 66.700 m²

Expositores: 700

Carácter: profesional

Actividades: Gran Fórum Contract, Gran Fórum Wellness, premios Hostelco, concursos, demostraciones

también en conocer novedades e informarse sobre nuevas tendencias en los diferentes foros sectoriales y jornadas que tuvieron lugar en el marco del salón.

Entre las novedades en equipamiento destacaron elementos propios de la cocina asiática, cada vez más en boga en occidente, como *woks* industriales, instalaciones para cocinar al vapor, planchas mongoles donde los comensales cuecen sus propios platos y mostradores refrigerados para la elaboración de *sushi*.

Hostelco se convirtió en una dinámica plataforma de intercambio de información sectorial, acogiendo por primera vez el Gran Fórum Contract y el Gran Fórum Wellness, que reunieron a empresarios, profesionales y expertos en diseño de espacios y en instalaciones dedicadas al bienestar. También se celebró la primera edición de los premios Hostelco,



que galardonaron a los hoteles y restaurantes más innovadores de España en 17 categorías distintas.

Otras actividades se desarrollaron alrededor de productos como el pan, el café y los cócteles, con exhibiciones en este ámbito de famosos bármans expertos en las variadas disciplinas del *bartending*. Las populares tapas fueron protagonistas de las jornadas, organizadas por la Federación Española de Hostelería (FEHR) con el objetivo de potenciar esta modalidad de la gastronomía española.

En el Área Café se celebraron numerosas catas, degustaciones y cursos de formación, así como la final del V Campeonato Nacional de Baristas, ganado por el catalán Ferran Casellas. El mismo espacio acogió también la II Gran Final del Campeonato Ibérico de Baristas, disputada por los mejores profesionales de Andorra, Portugal y España, en la que se coronó campeón Víctor Bolea, de Zaragoza.

Expolimp, el área dedicada a la limpieza e higiene industrial, acogió unas jornadas técnicas que abordaron distintos temas, desde la reforma laboral hasta el papel del supervisor como figura clave en la profesionalización del sector. El programa de actividades incluyó la presentación del II Congreso Nacional de Limpieza y el Concurso de Limpiacristales, que este año celebró su quinta edición.

Hostelco, organizado por la federación FELAC y Fira de Barcelona, contó en esta convocatoria con

el respaldo y colaboración de la Federación Española de Hostelería, entre otras entidades. Gracias al compromiso compartido por todos se ratificó como salón líder en España y segundo referente europeo del sector.





InstalMAT

Salón Integral de Materiales
para Instalaciones

12-15/05

Gran Via. 2.ª edición

En tan solo dos convocatorias, InstalMat se ha convertido en el encuentro para los profesionales de las instalaciones en España, al englobar una oferta expositiva integral y el mayor foro de debate y reflexión sectorial.

InstalMat 2010, con expositores de 16 países, presentó todo tipo de soluciones para instalaciones y un amplio programa de actividades. Más de 2.000 profesionales asistieron a más de 40 conferencias, jornadas, presentaciones y sesiones de formación. La innovación y el control del gasto energético fueron los dos grandes ejes que señalan el camino a recorrer frente a la crisis.

Con motivo del Día de la Eficiencia Energética, InstalMat ofreció un programa de sesiones técnicas que contó con el apoyo de las empresas Daikin y ACV y la coorganización del Instituto Catalán de la

Superficie: 8.425 m²

Expositores: 219

Carácter: Profesional

Actividades: Día de la Eficiencia Energética, premios Producto, XXI Congreso Internacional CONAIF, jornadas

Energía y varias entidades colegiales y profesionales. Otra iniciativa de éxito fue Side Events, espacio habilitado para presentaciones de productos, novedades o normativas.

Se entregaron los primeros premios Producto 2010, elegidos por más de 2.000 profesionales a través de la web del salón. Fue galardonado el sistema de calefacción Altherma HT, que permite obtener calor y agua sanitaria caliente con una eficiencia tres veces superior a los métodos tradicionales.

Coincidiendo con InstalMat se celebró el XXI Congreso Internacional para las Instalaciones y la Energía organizado por CONAIF, y la Federación Catalana de Empresarios Instaladores debatió sobre la aplicación del Reglamento de Instalaciones Térmicas en Edificios (RITE).



LIBER

Feria Internacional del Libro

29/09-01/10

Gran Vía. 28.ª edición

Liber, el encuentro profesional de referencia para la industria del libro en España y Latinoamérica, reforzó en 2010 la presencia de empresas dedicadas a la edición digital atrayendo a más profesionales del diseño gráfico, contenidos multimedia y *marketing* en línea.

El salón, promovido por la Federación de Gremios de Editores de España, que se celebra alternativamente en Barcelona y Madrid, volvió a demostrar, a pesar del difícil contexto económico, su gran capacidad de incentivar las ventas y reunir a compradores de todo el mundo.

Las jornadas Liber, que contaron con una alta participación, se centraron también en las nuevas oportunidades de negocio que se abren con la aplicación de las nuevas tecnologías en el sector editorial. Las sesiones con mayor seguimiento fueron las

Superficie: 11.000 m²

Expositores: 700

Carácter: profesional

Actividades: jornadas, debates y entrega de premios

dedicadas al libro electrónico (*e-book*), contenidos digitales, venta de libros a través de dispositivos móviles, y la promoción y marca editorial en las redes sociales, entre otras.

Destacaron también los actos de reconocimiento a instituciones, personas y medios de comunicación por su contribución al fomento de la lectura. Los premiados en esta edición fueron el editor Josep Maria Boixareu Vilaplana, Radio Euskadi, La 2 de TVE, la agencia EFE, la librería Diego Martín de Murcia y la Biblioteca Municipal de Burgos.

En esta edición, Puerto Rico fue la cultura invitada de honor, divulgada gracias a la presencia de 50 editoriales y una treintena de escritores invitados, y a los actos celebrados en varios espacios de la ciudad de Barcelona.



Low Cost

Salón de las Oportunidades
Inmobiliarias

23-25/04

Montjuïc. 2.ª edición

El Salón Low Cost, nacido en 2009 para contribuir a la reducción del *stock* de viviendas en nuestro país acumulado por la disminución de ventas de los últimos años, puso al alcance del público las ofertas más económicas de 95 inmobiliarias españolas. Los organizadores calificaron el volumen de pisos vendidos durante las dos únicas ediciones de Low Cost como de “muy exitoso”, con el objetivo primordial de dinamizar las ventas en el sector inmobiliario. Por ello no se plantean, por el momento, nuevas ediciones del salón.

Las principales inmobiliarias españolas pusieron a la venta viviendas a un precio más reducido. Las rebajas en el precio de apartamentos, casas de

Superficie: 4.300 m²

Expositores: 95

Carácter: público

Actividades: exposiciones, operaciones de compraventa

Organizado por el Consorci de la Zona Franca.

primera y segunda residencia, oficinas y locales comerciales alcanzaron en algunos casos el 46%.

Al igual que en su primera edición, participaron distintas entidades financieras españolas que ofrecieron productos para la financiación de las oportunidades inmobiliarias, analizaron la capacidad de las personas interesadas y brindaron la posibilidad de cerrar contratos en el mismo momento.

Una de las novedades destacadas fue el denominado *buscapoint*, herramienta informática destinada a los visitantes con la que podían encontrar, de entre todas las ofertas exhibidas, la que más se adaptara a sus necesidades y posibilidades.



Low Cost Motor

Feria de Oportunidades
en Vehículos de Ocasión

29/05-06/06

Montjuïc. 1.ª edición

La previsión de un aumento de ventas de automóviles ante la subida del IVA, que entró en vigor el 1 de julio, y la cercanía del periodo estival, una de las mejores épocas del año para el vehículo de ocasión, animaron al Gremio de Vendedores de Vehículos a Motor de Barcelona a organizar la primera feria de oportunidades de coches de segunda mano totalmente garantizados y a precios muy asequibles.

Los resultados fueron satisfactorios para la organización y las empresas participantes, a pesar de las dificultades del momento económico. En nueve días, la veintena de expositores que ocuparon la Plaça de l'Univers del recinto de Montjuïc vendieron un total de 116 vehículos, casi la cuarta parte de los expuestos, por un valor estimado de 1.800.000 euros.

Superficie: 4.390 m²

Expositores: 22

Carácter: público

Organizado por el Gremi de Venedors de Vehicles a Motor de Barcelona.

Según su presupuesto y necesidades, los visitantes pudieron elegir entre unos 500 vehículos de las principales marcas, con la confianza de saber que todos los expositores eran establecimientos asociados de la entidad organizadora. La calidad de los coches, revisados minuciosamente, y las garantías y condiciones especiales ofrecidas por los comerciantes, así como el factor bajo precio, ayudaron a dinamizar las ventas.

En su primera edición el Low Cost Motor contó con la colaboración de la Generalitat de Catalunya, el Ayuntamiento de Barcelona, la Cámara de Comercio de Barcelona y la propia Fira. Patrocinaron el salón la empresa certificadora Dekra, la financiera Cetelem y la firma de pinturas para automóvil Glasurit.



Magic Internacional

Feria Espiritual, Paracientífica
y de Terapias Alternativas

10-12/12

Montjuïc. 6.ª edición

Tras superar el cuarto de siglo, el salón internacional de paraciencia y terapias alternativas siguió aumentando en número de visitantes y manteniéndose como una de las ferias europeas más importantes en su especialidad. El certamen, instalado por sexto año consecutivo en el recinto de Montjuïc, recibió un 5% más de visitantes que en 2009.

Magic estuvo estructurado en varios espacios. Uno de ellos estuvo dedicado a zona comercial y de consultas, donde cerca de 500 profesionales repartidos en 150 stands mostraron sus productos y ofrecieron sus servicios de consulta, efectuaron demostraciones y presentaron alternativas prácticas. Por su parte, las salas de talleres y conferencias estuvieron dedicadas a la formación y divulgación: cerca

Superficie: 5.615 m²

Superficie: 150

Carácter: público

Actividades: conferencias, talleres, demostraciones, ciclo de cine

Organizado por D'Arbó Productions.

de 50 ponentes, entre ellos profesores, terapeutas y periodistas, intervinieron en conferencias, coloquios y sesiones técnicas sobre métodos paracientíficos como el *reiki*, las regresiones, la canalización o el *fengshui*. La novedad de esta edición fue la sala de musicoterapia e ilusionismo, donde se pudo asistir a espectáculos de magia blanca, biodanza y mentalismo.

El séptimo arte también estuvo presente en el salón a través del ciclo de cine mágico-espiritual, que celebró su tercera edición ofreciendo proyecciones de filmes seguidas de debates en los que participaron los propios autores. Magic 2010 reservó también un espacio para rendir homenaje a la mediática profesional Mariló Casals, recientemente desaparecida.



Mi Boda

Feria especializada
en soluciones nupciales

20-21/11

Montjuïc. 1.ª edición

El salón MiBoda, tras unos años sin celebrarse, regresó al recinto de Montjuïc de Fira de Barcelona para dar soluciones a las necesidades del consumidor final en un acontecimiento tan importante para la vida de las personas como es la ceremonia nupcial.

Las bodas constituyen, en efecto, el eje de la actividad del salón: alrededor de 100 expositores mostraron un amplio abanico de productos y servicios nupciales, y los visitantes, en su mayor parte parejas que preparaban su enlace, en solo dos días y en un único recinto pudieron planear prácticamente todos los detalles relacionados con esa singular fecha. De la mano de las mejores firmas, tuvieron acceso a las últimas propuestas en moda y complementos, restauración, decoración

Superficie: 8.000 m²

Expositores: 100

Carácter: público

Actividades: exposiciones y desfiles

Organizado por Flaqué Internacional.

y mobiliario, joyería, fotografía y vídeo, coches de alquiler, agencias de viajes, floristerías, imprentas, regalos, música y animación, peluquería y maquillajes, y un largo etcétera.

Los visitantes, además de conocer estas últimas novedades, tuvieron oportunidad de realizar pruebas de peluquería y maquillaje, e incluso encargar en el mismo momento las alianzas, invitaciones, regalos para los invitados y el coche nupcial, entre otros servicios.

Dos alicientes añadidos al salón fueron la música en directo a cargo de profesionales especializados en bodas y banquetes, y la Pasarela Nupcial, donde los diseñadores participantes presentaron sus últimas colecciones de moda nupcial y de fiesta, así como todo tipo de complementos para los novios.



Mobile World Congress 2010

15-18/02

Montjuïc. 5.ª edición Barcelona

La industria de las comunicaciones móviles volvió a demostrar, en la edición de 2010 del Mobile World Congress, que es uno de los sectores económicos más firmes y con mayor potencial de crecimiento. Las más de 1.300 empresas presentes en el evento confirmaron que, a pesar de un contexto económico difícil, su campo tiene mucho futuro, como lo corroboraron los más de 49.000 asistentes procedentes de 200 países.

Los cuatro días de conferencias atrajeron a ejecutivos de los principales y más influyentes operadores de telefonía, empresas de *software*, proveedores de equipos y compañías de Internet, así como a medios de comunicación, empresas dedicadas al entretenimiento y delegaciones gubernamentales. Otro significativo dato avala el calado de la cumbre celebrada en Fira de Barcelona: el 54% de los

Superficie: 125.000 m²

Expositores: más de 1.300

Carácter: profesional

Actividades: cumbre de directivos, conferencias, sesiones técnicas

Organizado por GSM Association, con la colaboración de Fira de Barcelona.

asistentes al Mobile World Congress eran cargos ejecutivos de sus empresas, y entre ellos se encontraban más de 2.800 directores generales.

Bajo el lema "Vision in Action", los responsables de empresas como Alcatel-Lucent, BBC, Bharti Airtel, China Unicom, Ericsson, Huawei, KDDI, RIM, Samsung, Spotify, Telstra y Vodafone, entre otras, debatieron acerca de las tendencias y futuro de la industria, y sobre cómo el teléfono móvil abandonará su protagonismo absoluto para convertirse en uno más de los elementos clave del sector.

En este sentido, destacó la primera edición de App Planet, un evento diseñado para reunir los elementos más destacados del amplio ecosistema de las aplicaciones móviles en un solo espacio, que congregó a más de 20.000 personas. En este marco, Google, Motorola, RIM, Sony Ericsson y Vodafone



ofrecieron varias conferencias sobre el desarrollo de aplicaciones. En total, más de 6.000 desarrolladores asistieron al Mobile World Congress.

Entre los muchos ponentes del congreso destacaron dos que fueron protagonistas indiscutibles: la reina Rania de Jordania y el presidente y director ejecutivo de Google, Eric Schmidt. La monarca jordana, en su papel de embajadora de UNICEF, abordó el impacto que la comunicación móvil puede tener en la educación a la población mundial.

Por su parte, el responsable máximo de la empresa tecnológica californiana Google analizó cómo la frontera entre la informática de sobremesa y la tecnología móvil desaparecerá muy pronto. Su intervención también fue seguida por más de 35.000 personas a través del portal Mobile World Live.

El Mobile World Congress está organizado por GSMA, la asociación global de la telefonía móvil que reúne cerca de 800 compañías de 219 países. Fira de Barcelona, como *partner* de GSMA, asumió en esta ocasión el proceso de preacreditación a través de Internet, acreditación presencial y control de accesos durante la celebración de la conferencia, además de las funciones de organización y dirección logística del salón, así como la gestión de servicios feriales de montaje, la dirección de la restauración y de *catering*, y los servicios de atención al cliente y al visitante, que ya venía realizando desde 2007.





Salón Náutico Internacional de Barcelona

06-14/11

Gran Via y Port Vell. 49.ª edición

El Salón Náutico de Barcelona reforzó una vez más su importante papel como dinamizador del sector. A pesar del difícil contexto económico, contribuyó a animar la actividad comercial con la mayor oferta de náutica deportiva y de recreo de España, ofreciendo nuevamente a los visitantes productos financieros para la compra de barcos y amarres gracias al acuerdo de colaboración con Deutsche Bank. El certamen, que recibió numeroso público, cerca de 120.000 personas, reunió en sus dos sedes de Gran Via y Port Vell a un total de 354 expositores nacionales y extranjeros, procedentes de 31 países, con embarcaciones de todas las esloras.

El certamen presentó una amplia oferta de productos para todos los gustos y presupuestos: accesorios, canoas y kayaks, neumáticas, motos, barcos a vela y motor, yates, servicios de chárter,

Superficie: 74.683 m² (entre Gran Via y Port Vell)

Expositores: 354

Carácter: profesional y público

Actividades: conferencias, presentaciones de regatas, entrega de premios, talleres de marina tradicional, prácticas de vela ligera, simuladores de pesca y navegación

remolques y motores, entre otros productos. También participaron puertos deportivos y operadores turísticos y de deportes náuticos.

La edición de 2010 puso de manifiesto las últimas tendencias de la industria náutica, que apuesta por embarcaciones más sostenibles e innovadoras. Se pudieron ver, entre otras novedades, motores fueraborda totalmente eléctricos, avanzados simuladores de navegación, nuevos sistemas de ayuda a la maniobra, materiales más ecológicos y barcos plegables que se convierten en remolques. En el Área de Innovación también se dieron a conocer proyectos de alto valor tecnológico para mejorar la eficiencia energética de las embarcaciones y desarrollar energías marinas renovables.

Durante nueve días se desarrollaron cerca de 200 actividades para todos los públicos con el objetivo



de promover una mayor afición a la náutica. Destacaron las numerosas propuestas que tuvieron lugar en las áreas temáticas del salón: Espai del Pescador, con simuladores de captura en alta mar; Marina Tradicional, donde se exhibieron clásicas embarcaciones de madera y se realizaron demostraciones de artesanía; Fun Beach, con sesiones de iniciación a la vela en una piscina; y Espai del Mar, donde se presentaron regatas como la Barcelona World Race y se organizaron debates y conferencias.

En el Village, instalado en el Port Vell, se dieron cita empresarios del sector, deportistas y aficionados al mundo de la náutica.

Empresas, representantes de las administraciones e instituciones deportivas y aficionados eligieron el salón para debatir sobre la situación de la industria y hallar respuestas a sus históricas demandas, como la supresión del impuesto de matriculación de las embarcaciones de entre 8 y 12 metros de eslora para equiparar la fiscalidad de la náutica española a la del resto de países europeos.

Además, reivindicaron una mayor accesibilidad a los puertos y un cambio de normativa para homologar las titulaciones náuticas. Según los expertos, se trata de soluciones que pueden ayudar a las empresas del sector, con un gran peso en la economía de nuestro país, a salir reforzadas de la crisis.





Ocasión

Salón del Vehículo Garantizado

27/11-08/12

Montjuïc. 30a edición

El Salón del Vehículo Garantizado demostró que los consumidores aprecian, especialmente en tiempos de crisis, las ventajas del mercado de ocasión como oportunidad para adquirir automóviles casi nuevos y muy fiables a precios más reducidos. Así, uno de cada 46 visitantes del salón Ocasión compró un coche, animado por las promociones, condiciones especiales y garantías de los expositores.

En doce días se vendieron 516 vehículos seminuevos, la mitad de los coches expuestos, y se acordó la entrega posterior de otros 200 en las instalaciones de los concesionarios participantes. En total, el volumen de negocio alcanzó los 14 millones de euros.

Los vehículos más comercializados fueron berlinas de gama media, que suponían un desembolso

Superficie: 11.000 m²

Expositores: 40

Carácter: público

de entre 13.000 y 25.000 euros. Sin embargo, hubo coches para todos los gustos, necesidades y bolsillos, desde utilitarios hasta unidades de lujo. Los precios oscilaron entre los 5.000 y los 195.000 euros y, dependiendo de la gama, el ahorro respecto al mismo vehículo nuevo podía superar el 30%.

Participaron las principales marcas a través de sus divisiones de vehículo de ocasión, concesionarios oficiales y empresas de compraventa. Se exhibieron 1.051 vehículos –procedentes de km 0, gerencia, flotas o *renting*–, con poca antigüedad y kilometraje, revisados técnicamente por la empresa Dekra para acreditar su perfecto funcionamiento.

Ocasión estuvo organizado con la colaboración de la Federación Catalana de Vendedores de Vehículos a Motor.



Personal España

Exposición Profesional
de Recursos Humanos

17-18/03

Montjuïc. 3.ª edición

Personal España, feria y plataforma de referencia en nuestro país para el desarrollo de los recursos humanos, reunió en su tercera edición a profesionales del sector, representantes de empresas de selección de personal y compañías de servicios proveedoras de *software* y *hardware*, formación y consultorías. El salón se celebró coincidiendo con la Semana de la Formación y el Trabajo, lo que contribuyó a ampliar su campo de influencia.

Más de 30 debates y conferencias llenaron la agenda de actividades de Personal España, centrada especialmente en la optimización de los recursos de las empresas como elemento que contribuye a la superación de la crisis. Se puso de relieve, asimismo, la importancia de la innovación y la creatividad en los recursos humanos, y se abordaron cuestiones

Superficie: 1.900 m²

Expositores: 45

Carácter: profesional

Actividades: conferencias, debates, talleres y jornadas técnicas

Organizado por Spring Messe Management.

como la flexibilidad del horario laboral o las últimas posibilidades que ofrece Internet, desde el *e-learning* y los portales de empleados hasta el *recruiting* en las redes sociales.

El Meeting Point fue una de las actividades más concurridas al contar con la participación de directores de departamentos de recursos humanos a quienes podían plantearse cuestiones relacionadas con su trabajo diario.

Novedad destacada de esta edición fue el área de Desarrollo Personal, dedicada al *training* y *e-learning*, que se reveló como uno de los ámbitos más dinámicos del evento: *trainers* y *coaches* permitieron a los visitantes asumir durante media hora un rol activo en los talleres.



SIL

Salón Internacional de la Logística
y la Manutención

25-28/05

Montjuïc. 12.ª edición

El Salón Internacional de la Logística y la Manutención (SIL), principal referente ferial de la actividad logística en el sur de Europa y cuenca mediterránea, presentó las últimas novedades en torno a la complejidad de los sistemas de distribución de mercancías. Su papel de gran plataforma para el intercambio comercial se vio reforzado este año por una importante cifra de negocio.

Un año más, el SIL batió su propio récord de internacionalización: el 45% de las empresas expositoras eran extranjeras, procedentes de 68 países, entre los que cabe destacar Marruecos, Panamá, China, Austria, Suiza, Turquía, Chile y Grecia, entre muchos otros. También fue relevante la presencia de empresas francesas, ya que el país vecino fue el

Superficie: 31.588 m²

Expositores: 615

Carácter: profesional

Actividades: conferencias, jornadas técnicas, premios y encuentros empresariales

Organizado por el Consorci de la Zona Franca.

invitado de esta edición, mientras que Líbano tuvo especial protagonismo en el VIII Foro Mediterráneo de Logística y Transporte.

Como novedades destacaron el Exhibition Village, un área donde varias marcas mostraron en directo sus productos; el SIL Tech Area, para las nuevas tecnologías aplicadas a la logística, el SIL Trans Area, centrado en el transporte por carretera, y la Hospitality Area, donde las empresas pudieron reunirse con sus clientes y presentarles productos.

La formación, el conocimiento y el debate en torno a los temas relacionados con la logística se tradujeron en una quincena de actividades seguidas por más de 3.100 profesionales, destacando la XI Jornada de Zonas y Depósitos Francos.



SITEM

Simposio Internacional
de Técnicas de Masaje

16-17/10

Montjuïc. 10a edició

SITEM, el Simposio Internacional de Técnicas de Masajes y Salón Profesional de Terapias Naturales, volvió a reunir a los profesionales más destacados en este sector: acupuntura, aromaterapia, fisioterapia, homeopatía, medicina tradicional china, osteopatía, reflexología, *shiatsu* y yoga formaron parte de las más de 20 disciplinas presentadas durante el certamen.

Un año más, SITEM cumplió su doble objetivo de servir como punto de encuentro y referente para los profesionales del sector y convertirse, a la vez, en centro de negocios para proveedores y clientes de terapias naturales. Los asistentes a la cita pudieron disfrutar de la variedad de productos y servicios ofrecidos por los 45 expositores participantes en el ámbito dedicado al Salón Profesional de Terapias Naturales.

Superficie: 1.600 m²

Expositores: 45

Carácter: profesional

Actividades: conferencias, exposiciones y demostraciones

Organizado por Interalia.

Por su parte, los cerca de 600 congresistas que acudieron al simposio, en el que participaron expertos nacionales y extranjeros, pudieron elegir entre 33 ponencias que se sucedieron a lo largo de las dos jornadas de duración del salón. Especial interés suscitaron las conferencias de los expertos Txema Aguirre, acerca de las últimas tendencias en kinesioterapia, y Mila Ferrer, sobre el tratamiento de la depresión y la ansiedad a través de la reflexoterapia.

Otro invitado relevante fue el Dr. Miquel Andolz, de los servicios médicos del FC Barcelona, que abordó las patologías de la rodilla y su exploración manual. La conferencia sobre el *reiki* despertó también gran interés, así como el monográfico sobre cervicobraquialgias, que aportó impresiones de destacados especialistas.



Semana de la Formación y el Trabajo

17-21/03

Montjuïc

La Semana de la Formación y el Trabajo se convirtió, una vez más, en una de las mayores citas del sector educativo en nuestro país, al reunir el Saló de l'Ensenyament, Futura, Expodidáctica y la Feria Internacional de Empresas Simuladas.

El enfoque práctico del Saló de l'Ensenyament ayuda a los jóvenes de entre 15 y 18 años a encontrar asesoramiento personalizado sobre ciclos educativos, bachillerato y estudios universitarios, entre otras opciones formativas y profesionales. Los expositores, departamentos de Educación y Universidades de la Generalitat de Catalunya –que coordinan el salón–, y el Servicio de Atención al Estudiante del propio salón contribuyeron a resolver dudas de los alumnos y sus familias y les orientaron sobre itinerarios académicos.

Saló de l'Ensenyament

17-21/03 Montjuïc. 21.ª edición

Superficie: 17.000 m²

Expositores: 177

Carácter: público

Actividades: Recerca en Acció, área de dinamización multimedia; Salón de los Idiomas; sesiones informativas para familias

Entre las actividades, destacaron el espacio Recerca en Acció, en colaboración con la institución de fomento de la investigación de la Generalitat (Tallència), para promover las vocaciones científicas; el área de dinamización multimedia del Centre de la Imatge i la Tecnologia Multimèdia de la Universidad Politécnica de Cataluña, y el Salón de los Idiomas, de la Asociación Española de Promotores de Cursos en el Extranjero, con la promoción del año escolar fuera de España como principal reclamo.

Por su parte, Futura mostró los másteres y posgrados con mayor proyección, constatándose que, con la crisis, recién licenciados, titulados desempleados y profesionales en activo buscan en esta formación especializada la posibilidad de mejorar sus perspectivas laborales. Participaron centros con posgrados



Futura

Salón de Másteres y Posgrados

19-20/03 Montjuïc. 7.ª edición

Superficie: 1.880 m²

Expositores: 50

Carácter: público

Actividades: Fòrum del Treball, con talleres de búsqueda de empleo

Expodidáctica

Salón de los Recursos para la Educación

18-20/03 Montjuïc. 14.ª edición

Superficie: 3.971 m²

Expositores: 79

Carácter: profesional

Actividades: aulas, congresos, premios, talleres sobre recursos educativos de los museos

Feria Internacional de Empresas Simuladas

17-19/03 Montjuïc. 9.ª edición

Superficie: 3.000 m²

Expositores: 75

Carácter: profesional

Actividades: jornadas técnicas

adaptados al Plan Bolonia que pueden ser cursados en España y otros países. Incluyó el Fòrum del Treball, un espacio de asesoramiento sobre el mercado laboral y talleres prácticos de búsqueda de empleo.

Los docentes acudieron a Expodidáctica para conocer las últimas tendencias en recursos y tecnología para el aula, tema de máxima actualidad por el despliegue del Plan Escuela 2.0 (AulaCAT 1x1 en Cataluña). Pizarras digitales interactivas, contenidos y libros electrónicos, y pupitres con ordenador fueron algunas de las novedades.

Los productos y servicios más innovadores fueron reconocidos con los premios Innova: la mesa multitáctil de aprendizaje *Mesosfera*, de Utani Social Lab, y Tok-Tok, comunidad educativa en línea para niños hospitalizados, de la Fundación Pere Tarrés.

El salón también incluyó recursos pedagógicos de unos 80 museos.

Expodidáctica estrenó el espacio AulaTAC (técnicas para el aprendizaje colaborativo), con jornadas sobre la aplicación de soluciones tecnológicas para enseñar de forma dinámica e interactiva, e incluyó el II Congreso DIM-AulaTIC, sobre didáctica y multimedia, que analizó las buenas prácticas del uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Por último, la Feria Internacional de Empresas Simuladas, organizada por la Fundación Inform, reunió a centros educativos de formación reglada y ocupacional de varios países comprometidos con la formación en el ámbito comercial y administrativo a partir de la creación de compañías ficticias que permiten aprender trabajando.



SITC

Salón Internacional
del Turismo de Cataluña

15-18/04

Montjuïc. 19.ª edición

Los productos turísticos innovadores y competitivos definieron la edición del salón, que reunió a un numeroso y variado público y a expositores procedentes de 60 países y de todas las comunidades autónomas. Se presentaron propuestas originales como viajes en caravana por Nueva Zelanda, en bicicleta por Croacia y rutas de *shopping* en Pekín, y se estrenó el Área de Cruceros, con la oferta de las navieras más importantes del Mediterráneo y Caribe.

La ciudad invitada, Logroño, compartió protagonismo con la Puerta del Desierto, que concentró las propuestas de estos territorios geográficos y del mundo árabe, y con la tercera edición del Pink Corner, área especializada en los viajes para el colectivo LGTB (lesbianas, gays, transexuales y bisexuales).

El salón dedicó media jornada de modo específico a los profesionales, que asistieron a las sesiones orga-

Superficie: 40.000 m²

Expositores: 1.100

Carácter: público

Actividades: Premios Alimara CAT y Acpetur-SITC, jornada profesional

nizadas con la colaboración de la Agencia Catalana de Turismo, Turismo de Barcelona, la Asociación Catalana de Agencias de Viajes (ACAV), la Universidad Politécnica de Cataluña (UPC), ESADE y el Centro de Estudios Técnicos Turísticos (CETT), entre otras entidades. Innovación y sostenibilidad turística fueron los ejes centrales de la convocatoria.

Se fallaron distintos premios: Alimara CAT, para publicidad turística realizada en lengua catalana, se otorgó a la provincia de Medio Campidano de Cerdeña (Italia), y Alimara Especial, al presidente emérito del SITC, Ramon Bagó. Los Acpetur-SITC premiaron como mejores a los *stands* de Castilla-La Mancha, Terres de l'Ebre y Egipto, y al de la empresa catalana Xaluca, especializada en viajes y estancias en Marruecos.



SWAB

Feria Internacional de Arte
Contemporáneo de Barcelona

13-16/05

Pabellón Z-6 del recinto de Montjuïc. 3.ª edición

Se trató de la primera edición en Fira de Barcelona de este joven proyecto centrado en el arte contemporáneo, planteado desde la perspectiva del visitante y que se autodefine como una feria celebrada en una atmósfera relajada y distendida. Uno de sus principales objetivos es acercar la pasión por el coleccionismo a los más jóvenes.

Si bien en las dos ediciones anteriores la feria se había centrado especialmente en mostrar piezas de pintura y dibujo, en la edición de 2010 presentó también propuestas de escultura, instalaciones, *performances* y videoarte, lo que le permitió internacionalizar su oferta acogiendo a 32 galerías de 11 países.

Con la intención de promover nuevas prácticas artísticas, Swab invitó a dos creadores a realizar una

Superficie: 7.400 m²

Empresas presentes: 32

Carácter: público

Actividades: intervenciones artísticas en la ciudad de Barcelona

Organizada por Diez-Cascón Arquitectes, SL.

intervención en el espacio público, propiciando la interacción entre arte, público y ciudad. El artista alemán Jan Vormann diseñó una ruta por la ciudad de Barcelona “reconstruyendo” edificios emblemáticos de la ciudad con piezas de plástico de Lego. Por otra parte, el también alemán Boris Hoppek instaló un pequeño barco a modo de patera, repleto de personajes realizados con recortes de madera y pintados con pintura acrílica, en el estanque situado en la entrada de la feria.

Todos estos ingredientes han servido a Swab para perfilarse como uno de los eventos culturales del año en Barcelona y presentarse al gran público como una alternativa innovadora dentro de su sector.



The Brandery

Salón de la Moda Urbana
y Contemporánea

27-29/01 - 28-30/06

Montjuïc. 2.ª y 3.ª ediciones

The Brandery, el *trade show* de moda urbana y contemporánea organizado por Fira de Barcelona con el apoyo del Ayuntamiento, registró durante 2010 un crecimiento global del 90% en número de marcas participantes, y del 57% en cifra de visitantes con respecto a su primera convocatoria.

El salón pasó de un centenar de marcas que participaron en julio de 2009 a las 167 de la edición de enero de 2010 y a 215 en junio, cerca de la mitad procedentes del extranjero, especialmente de Francia, Italia, Portugal y Reino Unido. Entre los visitantes nacionales e internacionales destacaron los responsables de compra de grandes almacenes como El Corte Inglés, Galeries Lafayette i La Rinascente.

En cada convocatoria, The Brandery adopta un lema y una imagen que inspiran las jornadas

Superficie: 25.300 m²

Expositores: 167 (enero) - 215 (junio)

Carácter: profesional

Actividades: jornadas técnicas, encuentros, exposiciones, eventos

técnicas y los encuentros sectoriales. Con “The New Deal”, rúbrica de la edición de enero, quiso expresar la necesidad de renovación en la gestión de los negocios en el marco de la crisis. En el mes de junio, en cambio, el eslogan fue “Love Revolution”, que propuso una “revolución creativa” basada en el valor intangible de cada marca y su repercusión en el consumo.

Así, The Laundry, el laboratorio de ideas de The Brandery, contó en ambas ediciones con la participación de *coolhunters* o cazadores de tendencias y expertos pertenecientes a compañías del sector, empresas líderes en análisis de tendencias de moda y escuelas de negocios que pronunciaron conferencias y participaron en mesas redondas.

Una de las actividades con mejor acogida fue el I Encuentro Internacional de Blogueros, en el

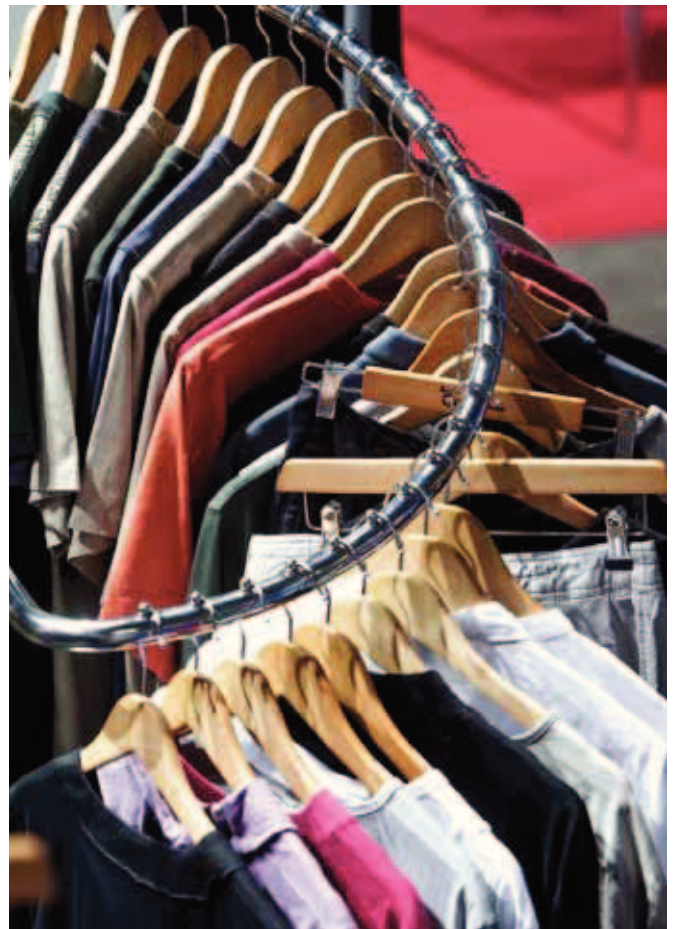


que los ponentes compartieron sus experiencias profesionales con más de 200 personas.

El salón se caracterizó en ambas ediciones por su proyección más allá del ámbito de las prendas de moda y fue escenario de actividades culturales como la exposición “Misi Misi Expo”, con 30 Maneki-Neko (gatos de la suerte) customizados, y la muestra “Sonido real”, que reunió varias manifestaciones de arte urbano. No faltaron espacios lúdicos, como una pista de hielo instalada al aire libre o las actuaciones en vivo de especialistas de *skate*, *street dance* y *parkour*.

En el ámbito de la innovación destacó el “probador virtual”, una nueva aplicación informática que permite al usuario combinar diferentes prendas de ropa y disponer de un personal shopper virtual para orientarlo en la compra. La fotografía también ha sido protagonista mediante la exposición de retratos del artista de burlesque Dita von Teese organizada por la publicación Yo Dona.

El área The City llevó The Brandery a las calles de Barcelona, con exhibiciones de moda, música y arte, como una exposición de portadas de la revista *Vogue* en el paseo de Gràcia o la fiesta y desfile que Custo Barcelona celebró en el Mellow Beach del Hotel W, con cerca de 2.500 asistentes. El Welcome Party organizado por el salón reunió a un millar de invitados.



FIRA DE BARCELONA
Memoria 2010

Congresos y otros eventos



Importantes congresos médicos

A lo largo de 2010, Fira de Barcelona acogió importantes congresos, en especial en el campo de la medicina.

Cabe destacar especialmente la celebración de los congresos organizados por la Sociedad Europea de Respiración, la Asociación Europea de Urología, la Sociedad Europea de Hematología y la Unión Internacional de Toxicología, que, en conjunto, reunieron a más de 42.000 profesionales, así como especialistas y representantes de sectores industriales relacionados con actividades médicas.

El peso de estos encuentros celebrados en las instalaciones de Fira confirma el éxito de la labor desarrollada a partir del 2006 para atraer grandes congresos relacionados con la salud y contribuye, así mismo, a reforzar el papel de Barcelona en este campo.

Otros congresos

- Conferencia de Veterinarios del Sur de Europa
- Congreso Global sobre Salud Materno-Infantil
- Congreso Monográfico sobre EPOC (enfermedad pulmonar obstructiva crónica)
- Congreso de Rehabilitación, organizado por el Colegio de Aparejadores de Barcelona, con el apoyo de Construmat
- FOS4G, congreso del Open Source Geospatial Software
- Jornadas Catalanas de Hipertensión
- Reunión de la Sociedad Catalana de Oftalmología

Además, las instalaciones de Fira de Barcelona acogieron más de setenta actos de tipo corporativo y empresarial, institucional y político, cultural y deportivo, presentaciones de productos, rodajes publicitarios y sesiones fotográficas.

Deporte, música y cultura

Por su incidencia ciudadana, cabe destacar celebraciones y actividades en el campo deportivo, como los Campeonatos Europeos de Atletismo, la tradicional carrera Jean Bouin y el Maratón de Barcelona.

Igualmente, señalar que, un año más, el recinto de Gran Via se convirtió en el escenario de noche de Sónar, Festival Internacional de Música Avanzada y Arte Multimedia de Barcelona, organizado por Advanced Music. El festival, un referente a escala internacional, reunió a 84.000 personas, 45.000 de ellas presentes en las citadas sesiones nocturnas del 17 al 19 de junio. Las sesiones de día, exposiciones y demás actividades se celebraron también en el CCCB, el MACBA, CaixaForum, L'Auditori y el Teatre Grec de Montjuïc.

Sónar combina aspectos lúdicos con arte, vanguardia y experimentación, así como artistas y tendencias más consolidados de la música electrónica. El festival ha traspasado las fronteras desde 2002, con presencia en distintos lugares del mundo, como Londres, Nueva York, Buenos Aires, São Paulo, Seúl, Frankfurt, Chicago y Tokio.

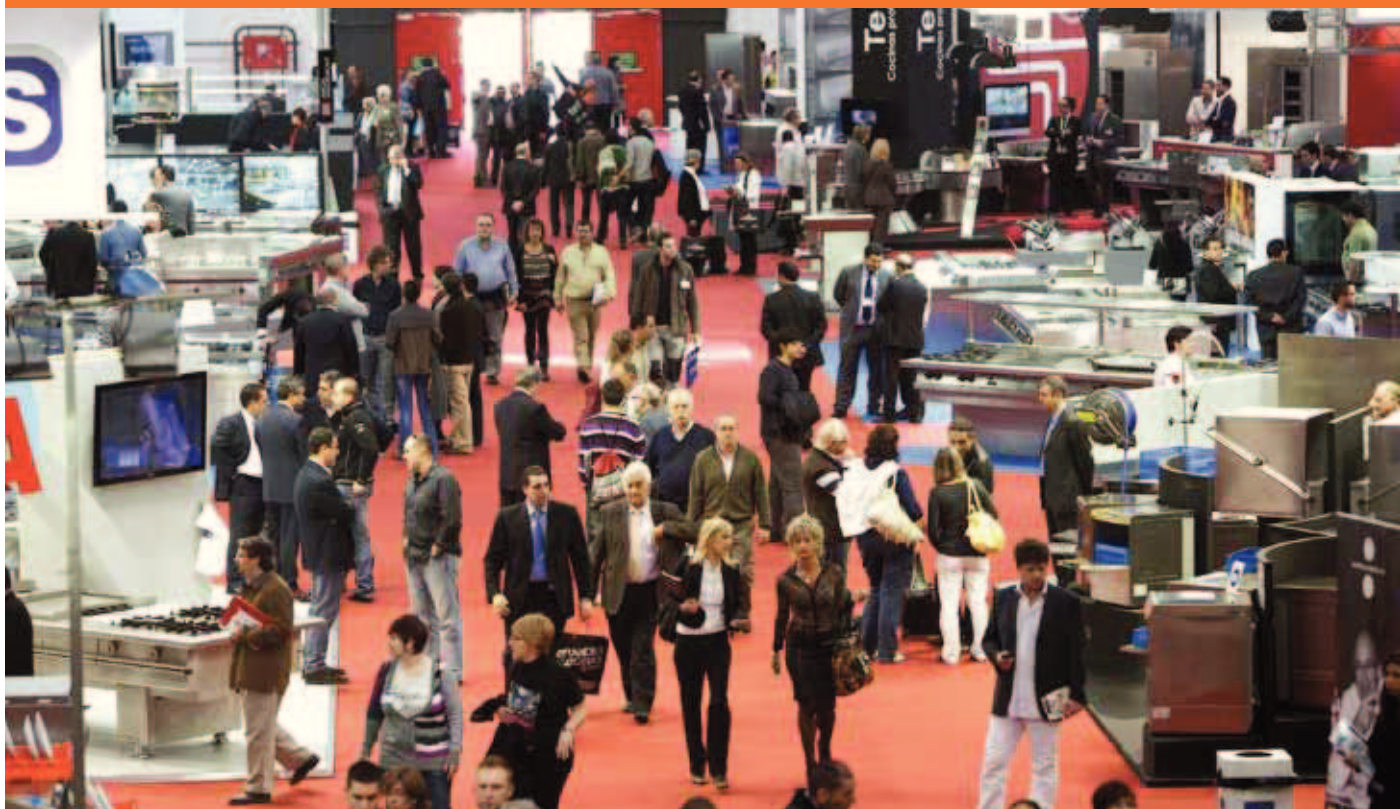
Barcelona Harley Days

Otro acontecimiento de gran repercusión mediática –celebrado en este caso en el recinto de Montjuïc– fue Barcelona Harley Days, una nueva reunión de «motereros» seguidores de la mítica marca norteamericana Harley Davidson procedentes del mundo entero. Se concentraron más de 18.000 motos, muchas de ellas participantes en el tradicional desfile por las calles de Barcelona. Entre las principales novedades destacaron la carpa Ladies of Harley y la exposición de la espectacular Harley Custo, una motocicleta diseñada por Custo Dalmau con fines benéficos.

Cabe señalar igualmente que en diciembre de 2010 el palacio número 1 de Montjuïc, cedido por Fira, se convirtió en uno de los centros telefónicos del Maratón de TV3, dedicado a la investigación para combatir las lesiones medulares.

FIRA DE BARCELONA
Memoria 2010

Herramientas para la actividad ferial



Prioridad comercial

El Área Comercial de Fira de Barcelona priorizó, en 2010, la estrategia de la venta de proximidad para favorecer la participación de las empresas en los distintos salones, contribuyendo a su proyección y al cumplimiento del calendario ferial previsto.

En este sentido, se efectuaron más de 3.600 visitas a potenciales expositores, con una oferta global de productos adaptados a las necesidades de cada cliente, como por ejemplo construcción de *stands*, restauración y otros servicios, otorgando las máximas facilidades para la presencia en los salones.

La oferta de *packs* pensados para cada salón (espacio, *stand*, mobiliario, servicios, acceso a Internet, aparcamiento, etc.) fue muy bien recibida por los clientes. Por otra parte, cabe destacar la consolidación de ServiFira Project gracias a la buena gestión en la venta de *stands* de diseño.

El Área del Expositor implementó con éxito un portal en línea que ayuda al expositor a mejorar y facilitar la gestión de su participación en los salones (pases, control y cumplimiento de calendarios, fichas técnicas del espacio expositivo, compra de productos y servicios, facturas, etc.).

La política de compradores invitados (*hosted buyers program*) fue otro de los objetivos comerciales en que se hizo más hincapié en el marco de la progresiva internacionalización de los salones de Fira, favoreciendo la presencia de empresas procedentes de distintos países, entre ellos las economías emergentes.

61 locales de restauración

GastroFira gestionó, directa o indirectamente a través de la concesión a empresas del sector, 61 locales de restauración situados en los dos recintos de Montjuïc y Gran Vía.

Durante 2010, GastroFira colaboró en el diseño y concepción de seis nuevos locales de restauración ubicados en los nuevos pabellones 5 y 7 de Gran Vía que está previsto poner en funcionamiento en 2011. Dos de estos locales son tipo *fast food*, otros dos son restaurantes de servicio tradicional y también hay dos locales con oferta mixta de bar tradicional y comida rápida.

El restaurante Nuclo, situado en el recinto de Gran Vía, fue galardonado, por segunda vez, con

un sol de la Guía Repsol, y asimismo cabe destacar que Nuclo Catering se ha consolidado como una importante oferta para grandes eventos celebrados en Fira de Barcelona.

El año 2010 fue uno de los ejercicios con más actividad congresual desde la creación de GastroFira en 2001. Entre otros importantes eventos, se coordinaron los servicios de restauración y *catering* de tres grandes congresos internacionales, el de urología, el del aparato respiratorio y el de hematología, además del Mobile World Congress, ofreciendo propuestas de restauración muy variadas y adaptadas a las peculiaridades dietéticas y culturales de los distintos grupos de clientes.

En 2010 se sirvieron más de 45.000 *coffee break*, 33.000 aperitivos y cócteles, 20.000 menús de trabajo, 10.000 pícnic y 80.000 productos de *catering* directamente suministrados en los *stands*.



Eficiencia energética y sostenibilidad

Una de las preocupaciones del Área de Operaciones y Servicios al Cliente fue la mejora de la eficiencia energética y la sostenibilidad.

En Gran Vía se ha iniciado la implantación de un innovador sistema de gestión informatizado, diseñado expresamente para el recinto, capaz de gestionar a la vez todas las instalaciones técnicas. Recibe más de 150.000 señales cada 15 segundos que permiten actuar automáticamente ante posibles anomalías e informar a los operadores. Una vez implantado plenamente, este sistema supondrá un gran ahorro energético. Asimismo, se ha trabajado para optimizar los consumos, habiéndose reducido el de agua en el 40%.

Prueba práctica del compromiso de Fira con las políticas de sostenibilidad fue la firma del convenio con Ecoembes (Ecoembalajes España, S.A., empresa sin ánimo de lucro cuyo fin es el fomento del reciclaje), para impulsar el reciclaje de envases en las instalaciones feriales. Se calcula que durante el primer año de vigencia del acuerdo se reciclarán más de 200.000 kilos de envases ligeros (plástico, latas y briks) y envases de cartón y papel. Con esta iniciativa, Fira es pionera en la implantación de una solución global de recuperación de envases, reafirmando su apuesta por el desarrollo sostenible y la protección del medio ambiente.

Los esfuerzos realizados en este campo de la sostenibilidad fueron reconocidos públicamente con la entrega de los premios Acción 21, instituidos por iniciativa del Consejo Municipal de Medio Ambiente y Sostenibilidad, que otorgaron una mención especial al proyecto presentado por GSMA Event Project Management para la reducción del impacto ambiental de un gran evento como el Mobile World Congress. El jurado valoró su capacidad para ser aplicado en otras ferias y congresos, y su potencial para posicionar internacionalmente a Barcelona como lugar de celebración de eventos con responsabilidad ambiental, destacando el papel de Fira de Barcelona en su consecución.

Por otra parte, Fira recibió en París, *ex aequo* con la Feria de Toronto, el galardón que otorga anualmente la Global Association of the Exhibition Industry (UFI) en el apartado de Operaciones, el Operations Award, centrado en 2010 en soluciones concretas relacionadas con la eficacia y el coste en el ámbito de las operaciones. La Feria de Múnich resultó finalista.

La distinción concedida a Fira de Barcelona reconoció el trabajo realizado para reducir los costes de operaciones mediante distintas iniciativas, liberando recursos que pueden ser dedicados a otras actividades y proporcionando un servicio de mayor calidad con un menor coste.



Desarrollo de las TIC

Entre 2009 y 2010, Fira realizó un importante esfuerzo inversor en tecnologías de la información y la comunicación (TIC), que constituyen una imprescindible herramienta desde todos los puntos de vista.

Muestra evidente del alto nivel alcanzado en este campo fue el despliegue realizado con motivo de la celebración de Mobile World Congress, que supuso una red de datos MPLS capaz de gestionar más de 250.000 conexiones simultáneas, la coordinación de más de 900 redes Wi-Fi y un sistema de tecnología RFID con 40 puntos de acceso en el recinto de Montjuïc, 140 puntos de acreditación presencial y más de 100 puntos de control interno para gestionar los accesos a las distintas ponencias celebradas en el marco del congreso de telefonía móvil.

Más formación

Una de las principales actividades del Área de Recursos Humanos durante 2010 fue la gestión de los cambios organizativos derivados de la implantación de la "nueva propuesta de valor" (revisión del Plan estratégico de Fira), que afectó especialmente a las áreas Comercial, de Expansión y de Operaciones, y que ha supuesto también la creación de la Dirección de Desarrollo de Negocio Internacional.

Facilitar la adaptación de las personas a la nueva organización, velar por la eficiencia de los recursos y disminuir los costes figuraron entre las preocupaciones de Recursos Humanos, que apostaron por el desarrollo tecnológico y por la externalización de algunas funciones.

Asimismo, se prestó especial atención a todas las cuestiones relacionadas con la formación: 256 personas, el 35% más que en 2009, asistieron a las acciones formativas desarrolladas a lo largo del año, con un total de 678 horas, el 19% más que en el ejercicio anterior. Se siguió actuando en la prevención de riesgos laborales y en la seguridad de las personas que trabajan en los recintos feriales, y el número de accidentes laborales se redujo en el 11%: 16 frente a los 18 de 2009, ninguno de ellos de gravedad.

Cabe destacar también la firma de un acuerdo con la Fundación Adecco, como parte del cumplimiento de la Ley de integración social de minusválidos, para llevar a cabo acciones de sensibilización para con personas con discapacidad.

Fira de Barcelona finalizó el año 2010 con una plantilla de 286 personas.



FIRA DE BARCELONA
Memoria 2010

Resultados económicos 2010

Durante el ejercicio de 2010 coincidieron varios factores que condicionaron la actividad de Fira de Barcelona. Por un lado, la crisis, que afectó de forma general a los principales sectores económicos representados en los salones más emblemáticos. Por otro, en 2010, al tratarse de año par, se celebró un menor número de salones industriales, principal activo de la cartera propia de Fira. Asimismo, cabe señalar que 2010 no coincidió con la celebración de ningún evento de carácter trienal.

Para analizar la evolución del negocio hay que tener en cuenta el efecto del calendario de celebración de los principales salones de Fira, la mayor parte de ellos de carácter bienal, por lo que comparamos los resultados alcanzados en cada ejercicio con su equivalente dos años atrás, en este caso 2010 con 2008. En el contexto de dificultad para las empresas y organizaciones a que nos estamos refiriendo, los ingresos finalmente obtenidos por la institución ferial durante el ejercicio de 2010 fueron de 101,6 millones de euros, cantidad inferior a la facturación de 2008 (121,3 millones de euros), cuando la aguda crisis actual aún no se había manifestado plenamente en todos los salones y sectores de actividad.

De forma excepcional, Fira de Barcelona tuvo en 2010, y como segunda fase de la operación iniciada en 2009, unos ingresos extraordinarios de 15,1 millones de euros procedentes de la explotación del parque fotovoltaico instalado en las cubiertas de los pabellones del recinto de Gran Vía.

Entre los salones de organización propia más tradicionales celebrados en 2010 se encontraron Alimentaria, Hostelco, Náutico, Turismo, Liber, Caravaning y Ensenyament. También dos novedades recientes pueden considerarse como consolidadas: Bizbarcelona (fusión de HiT, Día del Emprendedor y Salón del Emprendedor) y las dos ediciones del salón de moda urbana y contemporánea The Brandery.

Los salones y congresos promovidos por organizadores externos siguieron aportando un alto volumen de negocio. En este sentido destacaron, por su impacto económico y mediático, Mobile World Congress, además de EIBTM, entre otros. En 2010 se celebraron tres congresos europeos médicos muy relevantes de las especialidades de hematología, urología y aparato respiratorio.

CUENTA DE EXPLOTACIÓN FIRA

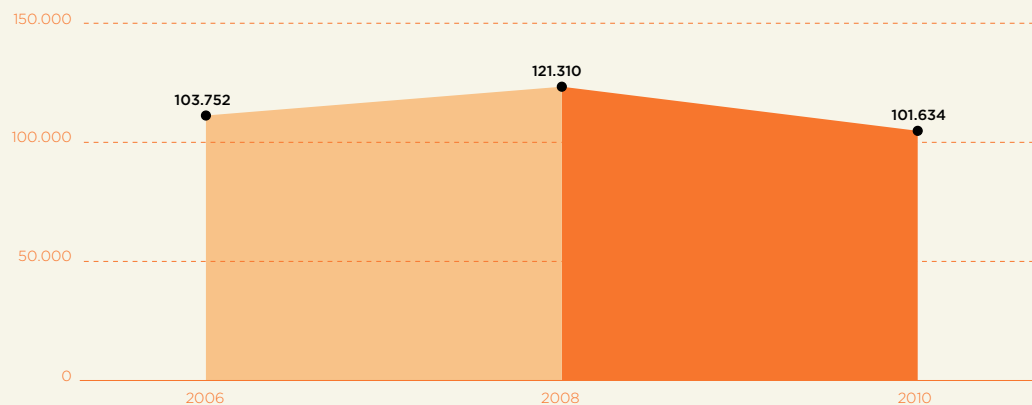
	2006	2008	2010
INGRESOS	103.752	121.310	101.634
Participación	71.280	78.064	60.786
Servicios	23.888	34.549	33.511
Restauración	8.584	8.698	7.337
GASTOS	89.777	104.729	90.589
Participación	43.993	48.367	40.662
Servicios	15.892	26.880	24.223
Restauración	4.688	5.196	4.312
Estructura (neta)	25.204	24.286	21.392
EBITDA	13.975	16.582	11.045
% Ebitda / Ingresos	13%	14%	11%

En cuanto a la evolución del gasto operativo, que fue de 90,5 millones de euros, presentó una reducción del 14,8%, 15,7 millones de euros respecto el 2008 (106,2 millones de euros), fruto del necesario esfuerzo de contención de costes provocado por la crisis. Sin embargo, se tuvo especial cuidado en no reducir significativamente la partida de promoción de los salones. En este sentido, el mayor esfuerzo se concentró en la reducción de gastos estructurales. La rebaja en este capítulo fue de 4,4 millones (-17%).

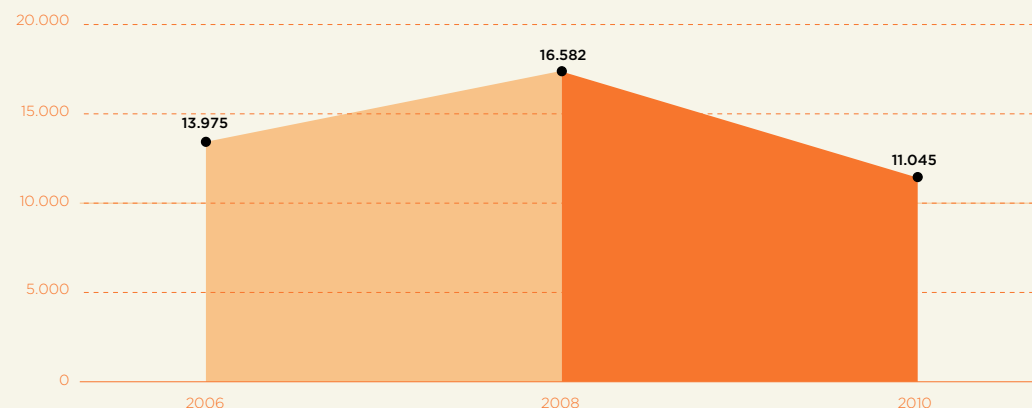
El comportamiento combinado de las citadas magnitudes hizo que se alcanzara un Ebitda de 11 millones de euros, frente a los 15 millones de 2008.

En lo que respecta a inversiones, en 2010 se aplicó una política restrictiva, aunque, por razones de operatividad, se actuó en la mejora de las instalaciones en el recinto de Montjuïc y en el programa de desarrollo informático, con unos recursos de 1,5 millones de euros.

Evolución de los ingresos (miles de euros)



Evolución del Ebitda (miles de euros)



English text

Xavier Trias

Mayor of Barcelona and President of the Fira de Barcelona General Council

The 2010 outcomes for the Fira de Barcelona are characterized by two major cornerstones: the will to stand up to the crisis and the search for new instruments which will allow us to face the future in the best of all possible conditions.

I fully agree with the Fira's strategy, which enables businesses and the productive sectors to participate in trade shows and events held at our Montjuïc and Gran Via venues. The best way to be effective and move beyond the current financial crisis is by demonstrating a commitment to enterprise, strong companies, innovation, quality, technological developments, and new initiatives. As part of its general strategic plan, the Fira de Barcelona has chosen to emphasize these issues and especially to make sure that a rich program of trade shows is offered.

Now more than ever we need to greet the world with open doors, providing our businesses – especially small and medium businesses, which constitute the majority of Barcelona and Catalonia's productive sector – with a springboard for accessing international markets.

This commitment to internationalization is a major affirmation of the Fira de Barcelona's global identity which is reflected in our missions to 36 countries. In addition to hosting many of the leading industrial and professional trade shows in Spain, the Fira is also preparing to take on new challenges, organizing trade shows and business activities beyond our own frontiers and serving as a consultant to other event organizers and venues.

I would like to briefly mention some specific points related to the Fira's 2010 activities. First, I would like to note that the Fira has hosted major trade shows which are highly important for our own businesses which are active in powerful financial sectors in our country and abroad, including *Alimentaria*, the *Mobile World Congress*, *EIBTM*, *Hostelco*, and the *Barcelona International Boat Show*, among others.

I would also like to point out the major conferences related to health sciences which have taken place. These events – including conferences on hematology, the respiratory system, urology, and toxicology, among others – underscore Barcelona's importance and prestige in this crucial field. We should also be pleased with the growth of trade shows created in the last few years and serving emerging sectors – events such as *Hit Barcelona*, which focuses on knowledge and is part of *BIZ Barcelona's*

broader specialization in entrepreneurship and innovation, or *The Brandery*, which spotlights contemporary urban fashion.

Despite the crisis which has affected businesses and institutions, the Fira de Barcelona has seen positive economic outcomes.

We should congratulate ourselves for the significant number of functions, conferences, symposia, and business meetings – more than four hundred – which have sprung up around the trade shows organized at the Fira de Barcelona's venues. These demonstrate the importance of shows as spaces not only for developing business relationships – their main *raison d'être* – but also for solving problems, fostering ideas for the future, and, in short, promoting initiatives which benefit society in general.

As Mayor of Barcelona, I would be remiss not to mention the Fira's financial contributions to the economy of the city and nearby areas which naturally impact businesses and employment. Similarly, it is important to highlight the Fira's role in hosting major international meetings, combining its technical and professional capabilities with the prestige generated by the Barcelona brand across the globe.

Finally, I would like to stress the fact that the Fira de Barcelona is the sum of numerous projects and initiatives sponsored by institutions (the Government of Catalonia, Barcelona City Council, and Barcelona Chamber of Commerce), organizations, business associations, and civil society as a whole. I would venture to say that these enjoy widespread consensus which fosters our overarching goals of progress, economic growth, the creation of wealth, and well-being. We are all committed to these responsibilities, and I am convinced that Catalonia's capital, Barcelona, has a key role to play in this process.

F. Xavier Mena

Minister for Business and Employment
Government of Catalonia and first vice-president of Fira de Barcelona General Council

Once again last year, Fira de Barcelona successfully achieved its objectives, organising an extensive and ambitious range of shows and events throughout the year in the most strategic sectors of the production economy, and consolidating Barcelona and Catalonia as an international benchmark in this field. It did so against a backdrop of recession that makes it advisable to consider new areas of work, in keeping with the restless spirit that has made it one of the key factors in our country's

social and economic revitalisation over the years. Indeed, the present situation has contributed to greater emphasis being placed on the challenges of the future and an increase in the scope of the Fira's ideas and activities, and this trend, which goes beyond economic cycles, is the best indication of the institution's strength.

One only need consider the major figures for 2010 to get some idea of this vitality: 57 shows and congresses and over 70 events of various types took place, as well as 400 events related to the shows organised. They included leading events such as *Alimentaria*, *Hostelco*, and *Mobile World Congress*, true global benchmarks in their respective areas, as well as the undeniable importance of the medical congresses held at Fira, due to Barcelona's influence in the health and biomedical research field. If we add the over 100 million euros in direct income generated by Fira in 2010, it makes us not only proud of the work done to date, but also genuinely optimistic in terms of the outlook for the future.

The Fira, which has adopted a policy of strengthening its events by means of innovation and attracting key markets in the technological and industrial development of the twenty-first century society, knows that these objectives must involve the strategic internationalisation of its activities. This can be seen in the high percentage of foreign exhibitors and visitors at the shows, which make a significant contribution to the promotion of our businesses abroad, as well as Fira's extensive network of offices around the world. Another result is its plan to develop new business areas in emerging markets, and especially in Asia and Latin America, based on the participation of exhibitors at Fira shows in other countries, while also offering consultancy and knowledge management services to their institutions. The Fira is also placing a great deal of emphasis on strengthening its shows, while making a clear commitment to technology at the service of exhibitors and promoting contacts between visitors and purchasers, and exploring means of strengthening the sectors providing services for the institution.

Taken together, all the above are very important initiatives for the creation of new sources of wealth affecting all layers of our society and which can generate employment in the short and long term, and place us in a strong position in terms of projects and candidatures in which the Fira and the city of Barcelona are involved, such as holding the *Mobile World Congress* after 2012 and the election of the city that will become *Mobile World Capital*.

All these guidelines and visions for the present and future are fully consistent

with the aspirations of the government of Catalonia in terms of our growth, and for this reason it only remains for me to congratulate the Fira on the work it has done and the commitments it makes every day to moving forward firmly and resolutely, overcoming difficulties and the growing competition from international markets. It is now the responsibility of all of us to return business in Catalonia to an even keel, and that is why I invite everyone, institutions and public administrations, to continue to work with us in raising the profile of the work of Fira Barcelona so that it continues to be an important player in the economic leadership of our country's present and future.

Miquel Valls i Maseda

President of the Barcelona Chamber of Commerce and second vice-president of Fira de Barcelona General Council

It is once again time to take an overall look at the work done by Fira de Barcelona in 2010. Despite the economic crisis, its commitment to internationalisation and added value made 2009 a year in which strategy and innovation played a central role. Throughout 2010, Fira de Barcelona continued to play a role of economic regeneration, providing support for businesses and making an economic contribution to the city and the surrounding area.

Although 2010 was also a year defined by the recession which affected both companies and all the Spanish and European trade fair organisations, the overall assessment of the Fira is a positive one. Due to the trade fair calendar, the levels of work were lower and income amounted to 101 million euros, in line with the budgeted figure. An important aspect that should be taken into account is that 25% of total turnover came from foreign clients.

The trade fair calendar was maintained, and featured 57 shows. In order to achieve this, business were provided with support and a dialogue with numerous sectorial associations took place. Dialogue with the government was also encouraged, as were financing lines for exhibitors and purchasers in order to reinforce the Fira's internationalisation. The result of all the above is that major shows such as Alimentaria, Mobile World Congress, Hostelco, the International Boat Show and EIBTM were successful. In 2010, apart from the major shows, 70 varied activities were organised and over 400 took place at the shows held, which highlights our Fair's status as a forum for gathering knowledge.

Another aspect that was reinforced

throughout last year was the strategy of attracting major congresses in the medical and healthcare field. This effort led to five large international events being held, in the areas of hematology, respiration, urology, toxicology and veterinary science. These events taking place in Barcelona undoubtedly generates a significant level of economic activity that benefits the city and the surrounding area, and reinforces the brand and the position of the production sectors linked to innovative activities.

These are difficult times and for that reason the efforts of Fira de Barcelona to design and implement a new institutional and business strategy, anticipating the challenges of the future and the changes taking place in markets and the international trade fair sector, should be given the recognition that is due.

Josep Lluís Bonet

President of the Board of Directors

The acute recession continued to affect the business of most companies and institutions in 2010. Naturally, under these circumstances Spanish and European trade fairs, including Fira de Barcelona, have not been exempt from its effects because they are a reflection of the situation in the sector and the business community.

Despite the above, it must nonetheless be said that our trade fair institution has obtained results that can only be described as positive: its income, 101 million euros, and the EBIDTA, of 11.1 million euros, are consistent with the anticipated figures.

Last year, Fira de Barcelona confronted events based on the same philosophy to which it has been committed since the recession began: with the desire to contribute more than ever to regenerating the economy, giving full support to businesses and economic sectors and continuing to generate economic activity in the city and the surrounding area. It is the very nature of Fira de Barcelona, which has always been committed to the country's economic fabric.

Maintaining the schedule of fairs has once again been essential in implementing this policy. Holding the shows is a practical way of instilling confidence in exhibitors and visitors and as well as a statement of good intentions, enables business opportunities to arise, as well as the sharing of opinions, highlighting trends and discovering new ideas.

57 shows took place in 2010, including international benchmarks such as Mobile World Congress, Alimentaria, EIBTM, Hostelco, and the International Boat

Show, to mention just a few, as well as large medical and healthcare congresses. Fira also hosted 70 corporate activities and 400 events which took place during the shows, which confirm that its commitment to knowledge and sharing experiences and approaches is also a means of helping to strengthen businesses and outline new perspectives for the future.

There are various areas of Fira de Barcelona's activities which should be emphasized: its active work in the commercial field, its links and close cooperation with numerous professional sectorial associations, its contacts with government bodies and its desire to facilitate participation by exhibitors and visitors. This all involves the work and dedication of its managers and all those working at the Fira as well as significant social and institutional support. This was highlighted by the preparation and presentation of Barcelona's and the Fira's candidature not only to continue organizing the Mobile World Congress from 2012 onwards, but also – and very importantly for the city – to become the Mobile World Capital.

Internationalization is once again obviously one of the Fira's main priorities, as it now has an important number of foreign exhibitors and visitors to its professional shows and is represented in 36 countries.

It must be emphasized that internationalization makes a major contribution to the promotion of businesses abroad, and that is why our institution believes that the time has come to take a step forward in its international activity by also thinking of it in terms of an opportunity to do new business with new international operators, cities and venues and to explore new markets and new opportunities for our producers.

This approach was part of Fira de Barcelona's strategy throughout 2010 – which was reformulated as a "new value proposal" – in view of the fact that it is not only a question of overcoming the economic crisis but also acting as a leader and anticipating the needs of the future and the new demands of the market and the trade fair sector itself.

The new value proposal also includes a firm commitment to the positioning of the Fira's own shows, to generating a new forum for contact between exhibitors and visitors, to unreservedly promoting technology and to making the large events into true sectorial summits where the contribution of knowledge is an added and distinctive value.

These are challenges that Fira de Barcelona is considering from a perspective of prudence and responsibility, but also based on commitment, leadership and the desire to contribute to the country's economic recovery.

Governing Bodies

GENERAL COUNCIL

President

Xavier Trias i Vidal de Llobatera

First vice-president

F. Xavier Mena i López

Second vice-president

Miquel Valls i Maseda

Members

M^a Àngels Barbarà i Fondevilla

Albert Carreras de Odrizola

Josep Cercós Martínez

Enric Enrech i Artal

Alberto Fernández i Díaz

Joan Gaspart i Solves

Marc Guerrero i Tarragó

Jordi Hereu i Boher

Núria Marín i Martínez

Josep Morell i Miró

Jordi Portabella i Calvete

Pau Relat i Vidal

Pau Villòria i Sistach

General Secretary

Ignacio Toda Jiménez

General Manager

Agustín Cerdón Barrenechea

BOARD OF DIRECTORS

President

Josep Lluís Bonet i Ferrer

Members

Josep Arcas i Romeu

Núria Basi i More

Jordi Clos i Llombart

Enric Crous i Millet

Bruno Figueras i Costa

Pere Fontana i Garcia

Enrique Lacalle Coll

General Secretary

Ignacio Toda Jiménez

General Manager

Agustín Cerdón Barrenechea

EXECUTIVE COMMITTEE

General Manager

Agustín Cerdón Barrenechea

Director of Expansion

Pere Camprubí i Nieto

Director of Institutional Relations and Protocol

Emili Farrerons i Pascual

Director of the Human Resources Area

Olga Figuerola i Giménez-Coral

Administration and Finances Director

Salvador Fosalba i Auró

Communication Director

Amparo Losada Torres

Sales Area Director

Albert Planas i Riera

Client Services and Operations Director

Salvador Tasqué i Díez

Director of International Business

Ricard Zapatero i Camps

Fira Barcelona Offices

Algeria

Bcn Promotions

Jessica Abdoulahi

34, rue Geoffroy Saint Hilaire

75005 Paris, France

Tel. 33 1 47 07 29 39

Fax. 33 1 47 07 32 10

algeria@firabcn.es

Argentina

Analia Wlazlo

Tucumán, 1625 - 2º A

1050 Capital Federal - Buenos Aires

Argentina

Tel. 00 54 11 43723519

Fax. 00 54 11 43710083

argentina@firabcn.es

Austria

Messe Barcelona

Matthias Poensgen

Albrechtstrasse, 8

72072 Tübingen, Germany

Tel. 49 7071 365 595

Fax. 49 7071 365 596

austria@firabcn.es

Belgium

Koraal Consulting

Micole Smits

Heerlenerweg 10

6132 CM Sittard

The Netherlands

Tel. 31 46 400 04 46

Fax. 31 46 458 56 35

belgium@firabcn.es

Brazil

CNBE S.L.

Jordi Solé

Francisco Orjales

Rua Augusta, 2862. Sala 3 - Jardins

01412-100 São Paulo, Brazil

Tel. 55 11 3063 1067

Fax. 55 11 3062 9725

brazil@firabcn.es

Chile

Osvaldo Cabrera

Luis Thayer Ojeda 0191, Of. 906

Providencia - Santiago de Chile, Chile

Tel. 56 2 657 24 37

Fax. 56 2 657 24 36

chile@firabcn.es

China

Noe China

Lisa Qu Lengyuan

Rm. 616, JuAn Mansion, N° 211 Urumchi (N.)

Rd.,

JingAn Distr., 200040 Shanghai, China

Tel. 86 21 516 96889

Fax. 86 21 510 79779

china@firabcn.es

France

Bcn Promotions

Gérard Escrivà

34, rue Geoffroy Saint Hilaire

75005 Paris, France

Tel. 33 1 47 07 29 39

Fax. 33 1 47 07 32 10

france@firabcn.es

GCC Countries: Bahrain, Kuwait, Oman, Qatar, Saudi Arabia, United Arab Emirates (U.A.E)

FBS Feed Back Services

Enrique Urrutia

P.O.Box 450316, Dubai - U.A.E.

Tel. 971 50 802 65 73

gcccountries@firabcn.es

Germany

Messe Barcelona

Matthias Poensgen

Albrechtstrasse, 8

72072 Tübingen, Germany

Tel. 49 7071 365 595

Fax. 49 7071 365 596

germany@firabcn.es

Holland

Koraal Consulting

Micole Smits

Heerlenerweg 10

6132 CM Sittard

The Netherlands

Tel. 31 46 400 04 46

Fax. 31 46 458 56 35

holland@firabcn.es

Hong Kong

Fairs communications int'l Co., LTD

Simon Yu

5 Fl., N° 255, Yen Chi Street

Taipei- 106, Taiwan

Tel. 886 2 2708 0927

Fax. 886 2 2701 0627

hongkong@firabcn.es

India

Comnet Exhibitions PVT. LTD.

Yogita Kackar

217-B (2nd Floor) Okhla Industrial Estate

Phase III - New Delhi - 110020, India

Tel. 91 11 4279 5000

Fax. 91 11 4279 5098 / 99

india@firabcn.es

Iran

FBS Feed Back Services

Enrique Urrutia

P.O.Box 450316, Dubai - U.A.E.

Tel. 971 50 802 65 73

iran@firabcn.es

Ireland

Expandys Limited

Emmanuel Bisi

Winchester House, 259-269

Old Marylebone Road - Suite 2.02,

London - NW1 5RA

United Kingdom

Tel. 44 2077 238327

Fax. 44 2071 704125

ireland@firabcn.es

Israel

Tavor Economic Consultants LTD

Sergio Vinitsky

Corex House, 10 Zarchin St.

P.O. Box 3030 Raanana 43662, Israel

Tel. 972 9 777 68 08 / 09 / 00

Fax. 972 9 777 68 05

israel@firabcn.es

Italy

Expo Consulting

Marco Barozzi

Via Brugnoli 8

40122 Bologna, Italy

Tel. 39 051 649 31 89

Fax. 39 051 649 32 42

italy@firabcn.es

Jordan

FBS Feed Back Services
 Enrique Urrutia
 P.O.Box 450316, Dubai – U.A.E.
 Tel. 971 50 802 65 73
 jordan@firabcn.es

Lebanon

FBS Feed Back Services
 Enrique Urrutia
 P.O.Box 450316, Dubai – U.A.E.
 Tel. 971 50 802 65 73
 lebanon@firabcn.es

Luxembourg

Koraal Consulting
 Nicole Smits
 Heerlenerweg 10
 6132 CM Sittard
 The Netherlands
 Tel. 31 46 400 04 46
 Fax. 31 46 458 56 35
 luxembourg@firabcn.es

Mexico

Osvaldo Cabrera
 Luis Thayer Ojeda 0191, Of. 906
 Providencia- Santiago de Chile, Chile
 Tel. 56 2 657 24 37
 Fax. 56 2 657 24 36
 mexico@firabcn.es

Morocco

Bcn Promotions
 Jessica Abdoulahi
 34, rue Geoffroy Saint Hilaire
 75005 Paris, France
 Tel. 33 1 47 07 29 39
 Fax. 33 1 47 07 32 10
 morocco@firabcn.es

Portugal

Expotec
 João Aguas
 P.O.Box 32. P- 2894-909 Alcochete
 Portugal
 Tel. 351 212 348 016
 Fax. 351 212 342 776
 portugal@firabcn.es

Russia

Mercados Exteriores Consulting & Events
 José Montoro
 Gogolevskiy Boulevard, 17, office 508
 119019 Moscow, Russia
 Tel: 7 495 642 46 90
 Fax: 7 495 637 37 93
 russia@firabcn.es

Syria

FBS Feed Back Services
 Enrique Urrutia
 P.O.Box 450316, Dubai – U.A.E.
 Tel. 971 50 802 65 73
 syria@firabcn.es

Switzerland

Messe Barcelona
 Matthias Poensgen
 Albrechtstrasse 8
 72072 Tübingen, Germany
 Tel. 49 7071 365 595
 Fax. 49 7071 365 596
 switzerland@firabcn.es

Taiwan

Fairs communications int'l Co., LTD
 Simon Yu
 5 Fl., N° 255, Yen Chi Street
 Taipei -106, Taiwan
 Tel. 886 2 2708 0927
 Fax. 886 2 2701 0627
 taiwan@firabcn.es

Tunisia

Bcn Promotions
 Jessica Abdoulahi
 34, rue Geoffroy Saint Hilaire
 75005 Paris, France
 Tel. 33 1 47 07 29 39
 Fax. 33 1 47 07 32 10
 tunisia@firabcn.es

Turkey

Senexpo, Uluslararası Fuarçılık A.Ş.
 Metin Ciplak
 Hurriyet Mh. Dr. Cemil Bengü Caddesi n° 103
 D.1 Sisli – Istanbul, Turkey
 Tel. 90 212 224 68 78
 Fax. 90 212 224 85 58
 turkey@firabcn.es

Ukraine and Commonwealth of Independent States (CIS)

Mercados Exteriores Consulting & Events
 José Montoro
 Gogolevskiy Boulevard, 17, office 508
 119019 Moscow, Russia
 Tel: 7 495 642 46 90
 Fax: 7 495 637 37 93
 ukraine@firabcn.es

United Kingdom

Expandys Limited
 Emmanuel Bisi
 Winchester House, 259-269 Old Marylebone
 Road
 Suite 2.02, London NW1 5RA
 United Kingdom
 Tel. 44 2077 238327
 Fax. 44 2071 704125
 unitedkingdom@firabcn.es

Year 2010

ANOTHER STEP FORWARD

As was the case in the previous year, 2010 was also affected by the recession. Its effects were felt in the business and industrial community, most Spanish and European trade fair organisations, governments - forced to deal with the deficit in public accounts - and individuals, and as a consequence, in general levels of wealth and employment.

2010 must at least be described as complicated, given the situation in terms of the markets, credit and trade fair business expectations. Nonetheless, the results of Fira de Barcelona were satisfactory in overall terms: income of 101 million euros, a decline of 5% compared to the initial budget and an EBITDA of 11.1 million euros, similar to the anticipated figure. These figures are positive taking into account that unlike other years, no three-yearly show was held in 2010.

Fira de Barcelona took the decision at the beginning of the recession to prioritise the organisation of shows and the participation of companies above all other considerations. Indeed, its full completion of the trade fair schedule highlights

the Fira's role in economic regeneration, support for businesses and sectors, the promotion of business opportunities and its economic contribution to the city and the surrounding area. The impact of the range of shows and events held in its Montjuïc and Gran Via areas is valued at 2,500 million euros.

The efforts of Fira de Barcelona to provide a response to the recession, boost the economy and contribute to welfare received broad based institutional, social and media support.

Apart from its responses on a day-to-day basis, in 2010 the institution worked on creating a strategic response to the recession and the changes it has caused - "the new value proposal" - which stresses promoting shows, innovation, the international dimension and client services.

THE NEW VALUE PROPOSAL

In short, this new value proposal is how the 2006-2015 Strategic Plan has been adapted to the new requirements of the trade fair market, covering new projects that enable progress to be made in the challenges of the future with creativity, speed and leadership.

It is based on strengthening Fira's own shows and a new model of personal service using tools such as the "business match" to foster contacts between exhibitors and visitors; boosting the figure of the purchaser and hosted buyers programmes and making full use of the possibilities of technology and rational marketing.

The new value proposal - which has involved a restructuring of the organisation's executive structure - is also committed to the new strategic sectors and reinforcing the role of the large shows as "sectorial summits," as knowledge forums where each sector can reflect on the latest trends and solutions.

In line with the policy implemented by Fira, especially in recent years, the development of international business is another central theme.

However, this international business concept is beginning a new phase consisting of the development of new opportunities abroad, especially in Asia and Latin America, which are focused basically on fostering the participation of exhibitors at Fira shows at events in other countries; staging some of the shows held in Barcelona and selling services, technology, management and consultancy services to other organisers and venues.

Intensive work has been done to analyse the needs of emerging markets and the contributions that Catalan and Spanish businesses can make. The proposals for fairs abroad are initially focused on

the hostelry equipment, swimming pool and water and construction sectors.

As this Report went to press, the organisation of Construmat China with the China Council for the Promotion of International Trade Building Material division (CCPIT-BM) was announced for July 2012. This event will emphasise quality and sustainability, will be held in Beijing and is expected to feature 200 exhibitors. Fira will be responsible for promoting the presence of international exhibitors, including those from Catalonia and Spain, and organising a seminar on quality and sustainability.

Fira de Barcelona ended 2010 with significant international activity: it is represented in 36 countries all over the world and 41% of the exhibitors at its shows are foreign, as are 25% of the foreigners.

Participation at shows is an opportunity for small and medium companies and entrepreneurs to come into contact with the foreign market at affordable prices. This aspect is particularly important when dealing with companies abroad, and exporting products and services, may offset the decline and weakness of the domestic market.

COMMERCIAL POLICY

The implementation process for the new value proposal is dynamic and as a result, much of the work done in 2010 was based on the renewed strategic objectives.

Throughout the year, Fira de Barcelona strengthened its commercial branch in order to foster participation by more companies at its shows. Over 3,600 clients were visited and relationships with the more than 400 professional and employers' associations working at the shows were reinforced even further.

As well as fostering business activities and opportunities, it continued its policy of promoting the financing goods purchased at the shows, by facilitating agreements with banking and credit institutions.

SHOWS AND BUSINESS

57 shows and events were held in 2010, and the majority of these were adapted to the needs of the situation. In general, they withstood the effects of the recession very well and contributed to boosting economic activity. Events making a major impact included Alimentaria, EIBTM, Mobile World Congress, the Boat Show, the International Logistics Show, The Brandery, Tourism, Barcelona Bridal Week, Cosmobelleza, Bizbarcelona Liber and Hostelco, among others. In total, they attracted over two million visitors.

The congresses staged included five

major international events, the European Congresses on Hematology, Respiration, Urology Toxicology and Veterinary Science, which were attended by over 42,000 professionals. This ongoing policy of attracting large-scale medical and healthcare shows, which is also consistent with Barcelona's importance in the health sciences field. 2010 also saw the announcement of the next meeting of the European Cardiology Congress, which will take place in the summer of 2014 in the Gran Via area.

Also worthy of mention in a review of the year is the Rehabilitation Congress, organised by Barcelona College of Surveyors, with the support of the Construmat show, which stressed the need to find alternatives in the construction field.

As well as the shows and large congresses, over 70 other activities took place in the various Fira venues and facilities, including corporate events, product presentations, social, sports, political and institutional events, and a great deal of advertising work.

Meanwhile, the shows featured over 400 congresses, seminars, seminars, training, cultural and dissemination activities, which increased their importance as forums for the transfer of knowledge. As mentioned above, Fira de Barcelona encourages the shows to gradually become sectorial meetings par excellence based on the triple aspects of business, knowledge and the promotion of business culture.

AN INTERNATIONAL PLATFORM AND AREA FOR INNOVATION

The institution's desire to continue consolidating itself as one of the leading European platforms for major international events, reinforcing the mutual strength of the Barcelona brand and the Fira, is inextricably linked to promotion abroad. The organisation of large events provides businesses and entrepreneurs with the opportunity to come into contact with international companies and visitors, leading to commercial and business contacts and the exchange of knowledge.

Intensive work was done throughout 2010 on the preparation and presentation of Barcelona's candidature to continue hosting the Mobile World Congress and to become the Mobile World Capital after the process begun by GSM Association, the organising body of the event. Barcelona, which has hosted the Mobile World Congress since 2006, is hoping to become the permanent capital of mobile communication in the next years, based around three themes: a major technology centre, a cultural festival and an annual congress in the strictest sense.

Barcelona competed against Milan, Munich, and Paris and saw its candidacy supported not only by the Fira but also by public administrations and institutions including the Barcelona City Council, Government of Catalonia, and Barcelona's Ministry of Industry, Barcelona Chamber of Commerce and Tourism Barcelona's. It also received support from large businesses, business schools, and experts.

Fira has continued to work intensively in the field innovation with the creation of new trade fair shows and products in response to the demand from businesses and society, in line with the promotion of a knowledge-based economy and products with added value.

Worthy of special mention in 2010 was the celebration of HiT Barcelona, which is now part of Bizbarcelona, which includes various initiatives related to entrepreneurship, innovation and talent, and The Brandery, the urban and contemporary fashion show focused on the role and importance of brands which enhances Barcelona's prestige in the field of fashion and design.

The design of new shows was completed during the year, and these will take place for the first time in 2011 and 2012. They include FM & BS (Facility Management & Business Service), which specialises in outsourcing of services, and Expomóvil Commercial, a show specialising in spare parts, accessories, equipment and after-sales service for cars. Work was also done on the new focus of Ecocity, which became Eco & Smartcity Expo, highlighting the application of information and communication technologies in urban services.

NEW PAVILIONS IN GRAN VIA

A great deal of work was also done on the logistics of the meeting of the ITMA (International Textile Machinery Association), the world's most important textile technology show, which will be held in September 2011 and take up the entire Gran Via area. In 2010, significant progress was made on the construction work of the last two pavilions in the area, which add 40,000 m² to its area. With the completion of these new exhibition areas in the Spring 2011, the Gran Via area now has a gross area of 240,000 m² and Fira de Barcelona as a whole, with the Montjuïc area, has over 400,000.

One of the aspects of Fira's business innovation is connected with promoting new technologies for use by exhibitors and visitors. The institutional and show websites received more than 12 million hits in 2010, in addition to the hits on the websites of external organisers. Likewise, there was a substantial increase in the use

of e-commerce by Fira de Barcelona clients and a growth in the use of social networks, especially in the large shows with high attendance levels which set trends related to fashion and consumption.

It is particularly interesting that in 2009 and 2010 a considerable investment was made in information and communication technologies (ICTs). These technologies are a milestone which also highlights the particular importance of sustainability and respect for the environment. In this respect, the trade fair institution continued to work ceaselessly to promote recycling, to minimise the environmental impact of major events, and towards energy saving and the energy efficiency of its facilities.

Trade Show Chairpersons

ALIMENTARIA

Josep Lluís Bonet i Ferrer

MOTOR SHOW

Enrique Lacalle Coll

AVANTE

Santiago Moreno

BARCELONA MEETING POINT

Enrique Lacalle i Coll

BCN RAIL

Xavier Vizcaino Muñoz

BIZBARCELONA

Jordi William Carnes i Ayats

BTA

Llucià Casellas i Puig

CARAVANING

Ramon Nuez Pérez

CONSTRUMAT

Josep Miarnau Montserrat

EIBTM

Joan Gaspart i Solves

EQUIPLAST

Vicenç Mateu i Ortiz

EUROSURFAS

José Luis Diloy i Barrio

EXPOMINER

Eudald Carbonell i Roura

EXPOQUÍMIA

Rafael Foguet i Ambrós

EXPOECOSALUD

Jordi Sagrera i Ferrándiz

EXPOMÓVIL COMERCIAL

Antoni Marsal i Fàbregas

FM&BS (MANAGEMENT & BUSINESS SERVICES WORLD SUMMIT)

GLOBALGEO

Lluís Sanz i Marco

GRAPHISPAG

Miquel Heredia i Lafita

GRAPHISPAG DIGITAL

Rafael Farrés i Ferrer

Jesús Garre i Lacalle

HISPACK

Javier Riera-Marsà i Bonmatí

HOSTELCO

Jordi Roure i Boada

INFARMA

Jordi de Dalmases i Balaña

INFANCIA

Judit Mascó i Palau

INSTALMAT

Pere Miquel Guiu i Vidal

LIBER

Pedro de Andrés

MAQUITEC

Josep Morell i Miró

INTERNATIONAL PET WEEK

Paolo Ongari

INTERNATIONAL BOAT SHOW

Luis Conde Möller

NOVIAESPAÑA

Francesc Flaqué i Fontanals

OCASIÓN

Jaume Roura i Calls

PISCINA

Eloi Planes i Corts

SIL - INTERNATIONAL LOGISTICS SHOW

Enrique Lacalle Coll

SITC - TOURISM

Raimon Martínez Fraile

SMART CITY EXPO

Ramon Roca i Enrich

SONIMAGFOTO & MULTIMEDIA

Enric Galve

Alimentaria

The International Food and Beverages Exhibition

22-26/03

Montjuïc. 18th event

Area: 168.000 m²

Exhibitors: 3.936

Type: professional

Activities: demonstrations, exhibitions, forums and conferences, business meetings

Organised by Alimentaria Exhibitions, joint venture between Fira de Barcelona and Reed Exhibitions.

Alimentaria, the leading Spanish food event and one of the world's three most important food fairs, ended its 2010 exhibition with very satisfactory results. Visitor numbers, 140,500 people, increased by 8% compared to estimates. The exhibition's cosmopolitan nature was one of its distinguishing features: 25% of the visitors came from 155 countries and the 4,000 exhibiting companies, including direct and represented companies, came from 75 countries, making Alimentaria an essential international event.

Alimentaria 2010 was a platform for internationalisation for thousands of Spanish food and agriculture companies, for which the exhibition is the main means of promotion abroad. More than 8,000 meetings were organised between Spanish companies and international distributors under the auspices of the Federation of Food and Drink Industries, the Spanish Foreign Trade Institute and the Government of Catalonia's ACCIÓ, in collaboration with other institutions in the sector.

On this occasion, the International Food Forum published a new study produced by Synovate, entitled "What does a brand consumer expect today? The manufacturer's role as a brand manager." The Forum, which has been held at Alimentaria since 2002, takes an in-depth look at aspects related to consumer habits, emerging markets, communication with consumers, etc. According to the study, brands are the standard bearers for the internationalisation of the Spanish food and agriculture industry.

The International Congress on the Mediterranean Diet included various speeches on the main foods that the diet includes, their development and current situation.

Meanwhile, the IV BCNVanguardia gastronomy congress, another well-known Alimentaria event, involved experimentation in front of a professional audience. "Experimenta" was the name of the event at which all the speeches were accompanied by live tastings. Those attending were able to try the sophisticated creations by the chefs and hear at first hand the announcement by Ferran Adrià of the cooperation agreement between the Alicia Foundation and Harvard University, under the terms of which various Catalan chefs will teach at the American university.

As usual, Alimentaria was also a showcase for many trends and new ideas. From wine to alcohol to chocolate cheese, to antioxidant green coffees: the range of products that the exhibiting companies launch when the exhibition takes place is original and extensive. Meanwhile, the seventh Innoval in 2010 became consoli-

dated as the international observatory for R+D+i in food. Conceived as an ideas cluster, Innoval 2010 showed exhibitors, purchasers and the media hundreds of innovative products and presented its prizes.

Antiquaris BCN

Barcelona Antique and Modern Art Show

16-24/10

Montjuïc. 34th event

Area: 5,000 m²

Exhibitors: 49

Type: professional and public

Activities: Desire Space

Organised by Flaqué Internacional

6,000 years of history embodied in 15,000 works of art exhibited for collectors and enthusiasts. That what was on display to visitors at the latest Antiquaris Barcelona in 2010, which also marked the beginning of a new era in which the exhibition brought together two of the major events in the sector in Catalonia: Antiquaris Barcelona and the Royal Dockyards Art Exhibition. As a result, the event became an essential meeting point for professionals, collectors and enthusiasts wishing to see classic and contemporary works of art.

The show exhibited pieces from all the centuries, artistic trends and different price ranges in an area entitled the "Desire Space," which provided an opportunity to purchase high quality works of art at prices under 3,000 euros in order to entice young art lovers into starting a collection.

The exhibition included paintings, engravings, lithographs, sculptures, fine jewellery, tapestries, furniture from various periods and in different styles, African art and archaeological pieces worthy of any museum. The latter included sculptures dating from the Roman Empire, Imperial terracottas from the Chinese cultural golden age of the Tang Dynasty and a stele from the ancient Kingdom of Sabah dating back to the end of the first millennium B.C. Contemporary painting and sculpture were represented by creations by Picasso, Dalí, Barceló, Miró, Plensa and Tàpies.

Auto Retro Barcelona

Collector's Cars and Motorcycles Exhibition

04-08/12

Montjuïc. 27th event

Area: 30,850 m²

Exhibitors: 300

Type: public

Activities: exhibition of classic cars, tributes, classic car rallies

Organised by Promobil Group SCP.

Auto Retro confirmed its standing with one of the most dynamic events in recent years, achieving impressive figures including the presence of 300 exhibitors from eight nationalities, almost 600 vehicles on display and a total of 59,000 visitors. The international motor, motorcycle, aviation and classical sailing show reaffirmed its credentials as the leading event in its field in southern Europe.

One of the most successful activities was the rally organised by Rally Classics, in which around 200 vehicles participated. They were displayed in Avenida María Cristina, and driven around the old Montjuïc circuit, which used to be one of the most important in Europe. A large slot-car track also reproduced the legendary track, and reproductions of historic competition cars competed on it. The veteran driver Juan Fernández, the leader of the Montjuïc motor racing team, received a special tribute.

The central display at the event was dedicated to the centenary of Alfa Romeo, and featured an exhibition of 14 of the company's most famous models. Also worthy of note was the SEAT 600 repair competition, the exhibition of 20 motorcycles from the Catalan Sanglas brand and the display dedicated to the Barcelona manufacturer of single seater bikes Selex, on its 50th anniversary.

The purchase of spare parts and accessories, as well as the Car-Corral, a space displaying classic cars for sale, completed the range of activities at the event.

Avante

Exhibition of Personal Independence and Quality of Life

02-04/06

Gran Via. 2nd event

Area: 12,600 m²

Exhibitors: 73

Type: professional and public

Activities: R+D+i area, Avante Home exhibition, conferences, business meetings and workshops

Organised by Fira de Barcelona. (*)

* Unless stated otherwise, the exhibitions have been organised by Fira de Barcelona.

The second Avante consolidated the event as the leading Spanish meeting point for solutions improving autonomy and the quality of life of disabled and dependent people.

In the R+D+i Area, the exhibition presented Spanish and European prototypes and projects, such as telephone helpline systems installed in clothing that moni-

tor the patient's vital signs, and devices using a mobile phone to read barcodes of medicines.

New products and services already available on the market to foster autonomy, health, mobility and leisure were also presented. The Avante Home exhibition recreated a house totally adapted to disabled or dependent children and adults, including systems for opening the door using the iris in the eyes, computers integrated into wheelchairs, and adjustable toys and furniture. Other new ideas were cars that can be driven with a joystick and a range of tourist and sports activities for people with reduced mobility.

Also of interest were the seminars organised, which included the participation of almost 1,000 specialists from 23 countries, and focused on future care and health resources, and the promotion of healthy ageing by using new technologies.

To mark the Spanish presidency of the European Union, Avante hosted the General Assembly of the AAL Association, which manages technological projects developed in Europe to improve the quality of life for elderly people.

080 Barcelona Fashion

26-29/01 - 13-01/07

Montjuïc. 5th and 6th shows

Area: 11,000 m²

Exhibitors: 50 January / 53 July

Type: professional

Activities: parades, 080 Barcelona Fashion Prize and live music performances.

Organised by the Ministry of Innovation, Universities and Enterprise of the Government of Catalonia.

The two 080 Barcelona Fashion shows in January and July 2010 confirmed the exhibition's status as the platform for promoting the latest fashions in the international arena.

One of the main attractions was once again the parade which saw the presentation of the latest collections from 18 emerging and renowned designers at each event, including Celia Vela, Miriam Ponsa, Josep Abril, Cardona Bonache, Bibian Blue, Tim Hamilton and Yorgos Eleftheriades. As well as the parades, more than 50 designers participated in the 080 showroom to display their designs and make direct contact with professionals and purchasers.

In 2010, the exhibition highlighted men's fashion, and the 080 Barcelona Prize was divided into two categories for the first time, for the best collections for men and for women. The prize-winners were Jan Iú Més, Karotalaspalas, Miriam Ponsa, Manuel Bolaño and Juan Antonio Ávalos.

The January event was also held on the

same dates and at the same venue as the urban fashion exhibition The Branderly, which led to a combination of synergies and made Barcelona the capital of fashion. Another new feature was the participation of the 080 designers in the Gaudi Prizes, by dressing the key figures in the gala with the dual objective of promoting the Catalan film and fashion industries.

Barcelona Meeting Point

20-22/10

14th event

Area: 24.600 m²

Exhibitors: 200

Type: professional and public

Activities: conferences, seminars and prizes

Organised by the Barcelona Consorci de la Zona Franca.

In 2010, Barcelona Meeting Point (BMP) was once again the leading real estate event in Spain and one of the most important in Europe. With the participation of 200 exhibitors from 18 countries, the exhibition exceeded the initial forecasts.

Over three days, the exhibition presented new investment opportunities, a wide variety of products with special discounts and the latest trends in the real estate sector, as well as promoting new contacts and generating business.

As in previous years, the commercial range and activities were divided into their usual formats: the professional exhibition, open to the general public and the International Symposium, a major forum for debate on the opportunities and challenges in the sector which brought together more than 80 speakers in 25 sessions, including the 2nd Euro-Arab Real Estate Conference organised in collaboration with the Urban Land Institute.

BMP made a firm commitment to internationalisation once again this year, with 40% of its exhibitors coming from abroad, and it attracted visits by businesspeople and professionals from 39 countries, including Russia, Latin America, Central and Eastern Europe and the Middle East. Twenty Spanish science and technology parks also participated for the first time at the 2010 event.

BCN Bridal Week Noviaespaña / Pasarela Gaudí Novias

18-23/05

Gran Via. 20th event

Area: 30,000 m²

Exhibitors: 235 brands

Type: professional

Activities: parades

Organised by Flaqué Internacional

On its twentieth anniversary, BCN Bridal Week reaffirmed its leading position as the international showcase for wedding fashion. The Barcelona event, which brought together practically all the Spanish companies in this sector, showed its positive progress once again this year, hosting 235 brands, 2% more than the previous event. There was a considerable foreign presence once again, with an increase of 8%. In addition, 60% of visitors came from 50 different countries, particularly the United States, which led the ranking for the first time.

At the Noviaespaña International Show, the brands presented their wedding dress designs, their ideas for all types of wedding accessories and clothing for banquets. The level of foreign participation was once again very high, with 40% of international brands, from Germany, Belgium, Cyprus, France, the Netherlands, England, Lebanon, Portugal, Turkey and South Korea. This is in addition to Spain, which also has a major role in the wedding fashion field.

The Pasarela Gaudí Novias show saw the presentation of collections by 29 Spanish and international designers. Almost 14,000 viewers admired the latest models from Pronovias, Rosa Clará and Jesús del Pozo, among others. On this occasion, there were new additions to the exhibition including Cymbeline, Elisabeth Barboza by Pronuptia Paris, Juanjo Oliva and Lee Seung-Jin.

Barcelona International Boat Show

06-14/11

Gran Via and Port Vell. 49th event

Area: 74,683 m² (between Gran Vi and Port Vell)

Exhibitors: 354

Type: professional and public

Activities: conferences, regatta presentations, prizegiving ceremonies, traditional sailing workshops, dinghy sailing training, fishing and sailing simulators.

The Barcelona International Boat Show once again reinforced its important role as a motor for the sector. Despite the difficult economic situation, it contributed to invigorating sales, featuring the widest range of sports and leisure sailing in Spain and once again offering its visitors financial products to purchase ships and moorings, thanks to the cooperation agreement with Deutsche Bank. The event, which received a large turnout, around 120,000 people, brought together a total of 354 Spanish and foreign exhibitors at its two Gran Via and Port Vell venues, from 31 countries, with boats of all lengths.

The event presented a wide range of products to suit all tastes and budgets

including accessories, canoes and kayaks, inflatables, motors, sailing and motor boats, yachts, charter services, trailers and motors, among other products. Sports harbours, tour and water sports operators also participated.

The 2010 event highlighted the latest trends in the sailing industry, which is committed to more sustainable and innovative boats. Among the new ideas on display were fully electric outboard motors, advanced navigation simulators, new systems for help with manoeuvres, more ecological materials and collapsible boats that turn into trailers. The Innovation Zone also featured projects with high technological value to improve the energy efficiency of boats and develop renewable sailing energies.

Over nine days, almost 200 activities took place for all audiences in order to promote the enthusiasm for water sports. These included the numerous events that took place in the exhibition's themed areas: the Fishing Zone, with deep-sea fishing simulators; Traditional Sailing, where classic ships were exhibited and handicraft demonstrations took place; Fun Beach, with introductory sessions to sailing in a swimming pool; and the Maritime Zone, featuring presentations of regattas including the Barcelona World Race, as well as debates and conferences. Businesspeople in the sector, athletes and water sports enthusiasts met up in the Village in Port Vell.

Companies, government representatives, sports institutions and enthusiasts chose the exhibition as the forum to debate the situation in the industry and to seek answers to their long-standing demands, such as the abolition of the tax on the registration of boats between eight and twelve metres long, which would make the tax treatment of Spanish ships equivalent to those in other European countries. They also demanded greater accessibility to harbours such as the installation of free public ramps, and a change in the regulations to standardise sailing qualifications. According to the experts, these solutions can help the companies in this sector, which have a great deal of influence on Spain's economy, to come out of the recession in a stronger position.

International Caravanning Show

09-17/10

Gran Via. 29th event

Area: 30,000 m² gross

Exhibitors: 100

Type: Professional open to the public

Activities: XIV Meeting of Camping and Caravanning Companies. Caravan and motor home rally. Children's activities

The Caravaning show provided a real boost for a sector that has been hit particularly hard by the recession. 364 caravans and motor homes were sold during the show, which amounted to 80% of the vehicles on sale by around a hundred exhibitors. 7.5% of the 4,796 leisure vehicles sold in Spain in 2009 were sold in just nine days, according to figures from the European Caravan Federation.

The exhibition received numerous visitors, and consolidated its standing as the leading event in Spain and southern Europe. Caravaning is a family event, and is the exhibition which receives the most visitors after the Children and Youth Festival.

As well as the commercial exhibition, the International Caravanning Show had numerous attractions. These included FamParc, the leisure activities area organised by the Barcelona Provincial Council, where hundreds of families enjoyed a play area. A car park was also provided to host the sixth rally of vehicles in which 180 caravans and motor homes participated.

The exhibition hosted the XIV Meeting of Camping and Caravanning Companies, which saw the first joint congress of the Spanish Federation of Campsite Companies (FEEC) and the Spanish Caravaning Trade Association (ASEICAR). In this sectorial summit, the need for both sectors to take advantage of the synergies between them to improve their brand image was emphasised.

Barcelona International Comic Fair

06-09/05

Montjuïc. 28th event

Area: 19,000 m²

Exhibitors: 147

Type: public

Activities: exhibitions, prizes, round tables, sectorial meetings, workshops

Organised by Ficomic.

The world of the comic strip showed that it is in rude health after the success of the latest International Comic Fair, which was attended by visitors from six different countries. Almost 150 exhibitors showed off the latest ideas in a highly popular area of culture, which has an influence over all types of readerships and is constantly adapting.

The exhibition is a reflection of the increasingly close links between comics and the audiovisual industry. The visit by Sam Lake, the scriptwriter of the video game *Alan Lake*, and the actor Óscar Jaenada, promoting *Los Perdedores*, the film in which he plays the lead role, were good

examples of this convergence of the comic strip and the moving image. The originals of this comic, which has been adapted to the big screen, were on display, together with those of *Jonah Hex* and *Iron Man 2*.

The event featured exhibitions paying tribute to classic comics and artists, and a display dedicated to the character *Corto Maltese*, the wandering adventurer created by Hugo Pratt, with originals by the author, and displays featuring the cartoonist Manuel Vázquez, and *Prince Valiant*, the comic by Harold Foster. Music featured heavily at the Comic Fair with daily concerts by groups including Sidonie and the participation of the duo Estopa, who presented the comic *Ultimate Estopa*. Among the renowned illustrators attending were Jaquest Tardi, Moebius, Charles Berberian and Jeff Smith. The exhibition led to more than 400 professional meetings between Spanish authors and Spanish and international publishers.

Cosmobelleza & Wellness

The International Hairdressing, Aesthetic and Wellness Show

06-08/03

Gran Via. 16th event

Area: 38,000 m²

Exhibitors: 316

Type: professional

Activities: technical seminars, training sessions, conferences, competitions, business rounds

Organised by Gestión de Cosmobelleza, SL.

Internationalization, training and business are the three pillars of the Cosmobelleza & Wellness exhibition, one of the most important events for all-round beauty in the Euromediterranean region.

The main trends and new ideas in the hairdressing, aesthetic and wellness sector were presented once again this year with the participation of exhibitors from Germany, Australia, Belgium, China, Spain, the United States, France, Italy, Jordan, the Netherlands, Pakistan, Poland, Portugal, the United Kingdom, the Czech Republic, Taiwan, Turkey, Ukraine and Venezuela. 15% of the professionals visiting Cosmobelleza came from 69 countries all over the world.

The Business Rounds, the ideal business platform for promoting strategic alliances between manufacturers and distributing companies of beauty products from various parts of the world, took place for the fourth consecutive year. More than 35 distributors and 70 manufacturers participated in this activity, during which around 800 meetings were arranged in

order to discuss business for the medium and long term.

Cosmobelleza & Wellness was also the setting for numerous activities aimed at professionals. One of the most spectacular was the Body Make-up Competition, which has become a tradition. Also noteworthy were the Aesthetics, Hairdressing and Spa & Wellness conferences, the Barcelona Hair Fashion parade and the numerous workshops and technical sessions for Hairdressing and Aesthetics and the Professional Seminars on Conference on Hydrotherapy and Wellness.

Day of the Entrepreneur - Entrepreneurs Fair

16-17/06

Montjuïc. 1st joint event / 9th Day of the Entrepreneur - 1st Entrepreneurs Fair

Area: 24,000 m²

Exhibitors: 82

Type: Public and professional

Activities: Conferences and workshops; sectorial networking meetings, meetings between entrepreneurs, agendas of meetings with managers of public and private companies, interviews with experts and consultants and exhibitions

By taking place at Fira de Barcelona, the Day of the Entrepreneur increased its training and networking activities and almost doubled the number of participants compared to the previous event. More than 11,300 people with ideas for business or already established businesses attended. Other figures highlight the success of the event: 18,500 business relations; more than 140 activities and the participation of 124 collaborating institutions, 42 senior directors and decision-makers, and 341 speakers, experts and consultants.

Sectorial meetings, meetings between entrepreneurs, work and contacts areas, agendas of meetings with managers of public and private companies, interviews with experts and consultants were some of the activities. There was extensive interest in the over 70 workshops, round tables and lectures on franchises and purchases, financing, business acceleration, business trends and opportunities, creation, management, marketing and sales. The event's internationalisation also increased, with a business landing area to attract foreign entrepreneurs.

The Day of the Entrepreneur is promoted by Barcelona City Council, the Government of Catalonia, the Barcelona Chamber of Commerce, "La Caixa", the Ministry of Industry, Tourism and Trade, and the Barcelona Provincial Council. Its sponsors include the Consorcio de la Zona Franca, the Official Credit Institute, Google and Ernst&Young.

As part of the Day of the Entrepreneur, Fira de Barcelona organised the first Entrepreneurs Fair to reinforce the business aspect, bringing together 82 exhibitors with an extensive commercial range to create ideas and projects and make businesses grow. These services included legal, tax and employment advice, technological solutions for business management and online communication and business. The exhibition also included twenty franchising brands, financial institutions and consultants, insurance companies, public institutions and training centres.

Other spaces in the Entrepreneurs Fair included the first Ofertódromo, where exhibitors could set out their commercial ideas, and an expanded Base Camp, an area for younger businesses – less than five years old – and the finalists and winners of the Barcelona Entrepreneurial Capital Prizes, which are awarded annually by Barcelona City Council. The award-winning businesses were CFLabs, a forensic laboratory analysing electronic devices; Restalo.es, an online portal for restaurant bookings in real time; Sitmobile, the creators of platforms for mass sending of SMS messages as a marketing tool; and Intelligent Pharma, a biotechnology company producing computer tools for the design of medicines.

As well as HiT Barcelona, the Tecnio Forum and the XXI Entrepreneurial Prizes, the Entrepreneurs Fair and Day of the Entrepreneur are part of the Biz-barcelona platform, a platform for events related to innovation, entrepreneurship and business growth.

E-commretail

The professional e-commerce and online business exhibition

15-16/05

Montjuïc. 1st event

Area: 3,600 m²

Exhibitors: 73

Type: professional

Activities: exhibitions, conferences, forums and seminars

Organised by FOPREN

Fira de Barcelona's Montjuïc area hosted E-commretail for the first time. This exhibition was created in 2009 to cover the increasing opportunities that the Internet offers to the world of business. Despite the fact that the event is in its early days, it has already become a benchmark in its field in southern Europe due to its innovative and useful content.

Internet is a basic tool for businesses, not only as an everyday tool for work and management, but also and above all as

a powerful mechanism for expansion. E-commretail brought together businesses and services and other companies operating over the Internet or wishing to position themselves on the Internet. Around 6,500 professional visitors were able to look at technology and services for e-commerce, digital marketing, website design and online shopping, logistics applied to e-commerce, web analysis, hosting, payment methods, social media, open sources, and online reputation, among others.

E-commretail also featured a space given over to training and information. Those attending were able to attend an extensive programme of conferences, forums, speeches and seminars in which more than 125 Spanish and international speakers participated. The visitors' high rating of the event in its closing session highlighted its threefold nature as a platform, an event for training and a meeting point for contacts and business.

EIBTM

The Business Travel, Conferences and Incentives Industry Professional Exhibition

30/11-02/12

Gran Vía. 7th Barcelona event

Area: 42,900 m²

Exhibitors: 3,125

Type: professional

Activities: seminars, forums, business meetings, prizes

Organised by Reed Travel Exhibitions.

One of the world's most important events for events and business travel professionals took place a new edition at Fira de Barcelona, which hosted the exhibition for the seventh year. The numbers of professionals increased by 5% compared to 2009, with a particular increase in "guest purchasers."

The profile of visitors to EIBTM is executives responsible for organising business travel, congresses, conferences, events and incentive trips. They include agencies, associations, large companies and professional conference organisations that are looking for the latest products, services, destination and trends at the show.

The number of exhibitors also increased: they came from more than 90 countries, and displayed more than 3,000 items related to the professional events industry. EIBTM was also the showcase for the forefront of the sector and a major business platform and as a result, during the three days that the exhibition took place, guest purchasers and exhibitors

held around 57,000 business meetings.

As well as Technological Development, training was once again one of the major commitments, with the now well-established Professional Education Programme, featuring 60 seminars, lectures and workshops.

Among the initiatives at this year's event were the Stand Prizes and the switch-on of EIBTM TV, a channel broadcasting all the events that took place at the show live, which could be seen on the EIBTM website.

Expoaviga Forum

International Livestock Farming Exhibition

08-10/06

Montjuïc. 19th event

Area: 5,500 m²

Exhibitors: 100

Type: Professional

Seminars: Cereals market, conferences, seminars, prizes

The Palau de Congressos in Barcelona was the venue for Expoaviga 2010, which took place with a new format and under a new name, Expoaviga Forum, in order to become a debating forum for Spanish livestock farming.

The new focus of the event was supported by most of the sector and the government. In her opening speech, the minister for the Environment and Rural and Marine Affairs, Elena Espinosa, praised the "change in Expoaviga's approach" and said that "knowledge and technology are the paths by which livestock farming in Spain will beat the recession."

More than 60 technical seminars involving more than 3,200 conference attendees were held in the Expoaviga Forum and there was also with a commercial exhibition area with around a hundred companies and veterinary laboratories.

The Expoaviga Forum programme was completed by the Cereals Market, the awards of prizes for technological innovation in the dairy sector and the II Spanish Congress on Comprehensive Livestock Waste Management at the Ecofarm.

The leading Spanish livestock farming sectorial associations took advantage of their presence at the event to express their concerns at the new regulatory framework which will be applicable in the European Union in 2013, when a new animal welfare law comes into force that requires improvements in the treatment of animals on livestock farms, and a new Common Agricultural Policy (CAP) which will have a smaller budget.

Expohogar

International Exhibition of
Gifts, Interior Decoration and
Household Articles

22-25/01

Gran Via 41st event

24-27/09

Montjuïc. 42nd event

Spring

Area: 8,000 m²

Exhibitors: 100

Type: Professional

Autumn

Area: 10,000 m²

Exhibitors: 110

Type: Professional

Expohogar Primavera was held in the Gran Via area, and presented all the latest ideas in decoration, gifts and articles for the home, fashion jewellery and fashion accessories for the spring - summer 2010 season. The range for men went down particularly well at the event, as did the new shopping bags and trolleys in attractive colours and prints, that are taking on new life with the gradual withdrawal of plastic bags from the shops.

Meanwhile, on its return to Montjuïc, Expohogar Autumn presented articles and new ideas for the autumn - winter 2010-2011. The exhibitors' ability to adapt to new demands from consumers was highlighted by their presentation of more functional and environmentally-friendly objects. Exhibits included cardboard paintings that turn into chairs, bookmarks with 3D effects, aerodynamic wind-resistant umbrellas and new ideas for Christmas decorations such as trees with LED lights.

As usual, the Government of Catalonia's Rehabilitation Initiatives Centre (CIRE) took part in the two Expohogar events, and presented the wide range of products produced in the workshops of Catalan prisons by prisoners involved in social rehabilitation programmes.

The two events reaffirmed Expohogar's role as a leading fair for the small and medium retail trade, distributors, interior designers, decorators and wholesalers from all over Catalonia and its area of influence.

Expominer

Minerals, Fossils and Jewellery
Exhibition

19-21/11

Montjuïc. 32nd event

Area: 5,500 m²

Exhibitors: 133

Type: professional and public

Activities: exhibitions, projection of documentaries, workshops, demonstrations and a drawing competition.

Mineral, fossil and jewellery collectors met again last year at Expominer, where the visitors enjoyed themselves discovering, purchasing or even exchanging minerals of all types, precious stones, meteorites

and fossils worthy of the collections of the best museums. This latest event featured 133 exhibitors, over half of whom were foreign, from 17 countries. The exhibition led to numerous sales and exhibitors and visitors were happy with the volume of business, which exceeded their expectations.

Among the items on display were meteorites from the Moon and Mars, the only one of its kind in Spain. There were also precious stones that were collector's items, such as paraiba tourmaline from Brazil, which is so rare that it commands higher prices than diamonds. Lovers of palaeontology found authentic fossils more than 100 million years old at the exhibition, including complete *Psittacosaurus* skeletons and even a nest with dinosaur eggs from the Cretaceous period of great scientific value.

Culture and training were other central features of the exhibition. Around 2,000 young people participated in the activities organised by the Faculty of Geology University of Barcelona, such as the "Living Geology" exhibition, where they discovered the mineral composition of some objects that are in everyday use, how gold used to be found using the panning technique and what a tsunami is and how it forms, thanks to a simulator.

Children & Youth Festival

27/12 - 04/01

Montjuïc. 48th event

Area: 40,000 m²

Exhibitors: 70

Type: Open to the public

Activities: Workshops, competitions, games, parades, championships

The Montjuïc area once again hosted the traditional Children and Youth Festival that Fira de Barcelona has organised every year since the first event in 1963.

The Joan Miró Foundation also participated for the first time, showing children the world of the great Catalan artist. The contributions by many other businesses and institutions such as the Barcelona Sports Institute, the Barcelona Provincial Council and the Government of Catalonia, which participated through several Ministries, contributed to the success of the exhibition.

One of the distinguishing features of the event is sport, which had a very high profile thanks to the involvement of various Catalan federations, including the basketball, tae kwon do, motor racing and Olympic archery federations. Among the most popular activities was the 48th basketball Molinet Trophy which broke its record for participation in 2010, 113 teams entering.

One of the major attractions at the event was the presence of a Custo Growing stand,

featuring the children's clothing line by the designer Custo Dalmau, where boys and girls were able to experience the excitement of parading on a catwalk.

Since its beginnings, the Children and Youth Festival has included activities that are not only aimed at entertainment, but are also focused on the education of children in venues including solidarity, public-spiritedness, participation, creativity and respect for the environment. That is why the event is a highlight of the Christmas season and is a family outing, with thousands of visitors, including children and their companions.

HiT Barcelona

World Innovation Summit

16-17/06

Palau de Congressos. 2nd event

Area: 2,000 m²

participating companies: 1000

Type: professional

Activities: Plenary Congress, Symposium on Clusters and Parks of Excellence, Venture Capital Corner, Ideas & Investment Marketplaces and the Global Entrepreneurship Competition.

Three concepts define HiT Barcelona: Innovation, Entrepreneurship and Investment. That is the essence of an event that is aiming to become an international meeting where good ideas find ways to transform the world. HiT Barcelona - World Innovation Summit brought together business leaders, innovators, investors and entrepreneurs and aims to become a forum where ideas are shared and the mechanisms to make them into great businesses are discovered.

The exhibition condensed its programme into two seminars. The first, focusing on knowledge, contained 17 speeches, including those by the international expert in urban development Richard Florida, the vice-president of Google Bradley Horowitz, and the founder of Foursquare, Dennis Crowley. The second, on networking and business opportunities, led to more than 1,815 meetings, including 705 interviews between private investment funds and entrepreneurs; and hosted the second Global Entrepreneurship Competition, a contest for businesses in their embryonic phase. The company peerTransfer, which was founded in Boston by Iker Marcaide from Valencia, won the first prize.

In 2010 HiT Barcelona joined BizBarcelona, a joint project led by Barcelona City Council, the Government of Catalonia, the Barcelona Chamber of Commerce, Barcelona Provincial Council and La Caixa to position Barcelona as a zone of innovation and entrepreneurship in the Spanish and international arena. BizBarcelona also

includes the Day of the Entrepreneur, Entrepreneur XXI and Forum Tecnio.

Hostelco

International Restaurant, Hotel and Community Equipment Exhibition

05-09/11

Montjuïc. 15th event

Area: 66,700 m² net

Exhibitors: 700

Type: Professional

Activities: Gran Foro Contract, Gran Foro Wellness, Hostelco Awards

Hostelco once again backed innovation as the key factor in reinvigorating the sector. With this in mind, it hosted various sectorial forums and activities for each segment in its field.

This time round, the exhibition, which featured the participation of 700 businesses, was particularly highly rated by exhibitors and visitors due to the volume of business that took place, which according to the professionals was a reflection of the slight economic recovery that the sector is experiencing after a difficult 2009.

The exhibiting companies highlighted the quality of the thousands of professionals who visited the event, around 62,000 people, who were mostly entrepreneurs, sales managers of hostelry companies and distributors with a great deal of decision-making power regarding purchases. They expressed their interest not only in purchasing products, but in finding out about new ideas and information on new trends in the various industry forums and seminars that took place during the show.

Among the new ideas in equipment were items from Asian cuisine, which are increasingly in vogue in the west, such as industrial woks, steaming equipment, Mongolian grills which diners use to cook their own dishes, and refrigerated counters for preparing sushi.

Hostelco became a dynamic platform for the exchange of sectorial information and for the first time hosted the Gran Foro Contract and the Gran Foro Wellness, which brought together businesspeople, professionals and experts in the design of spaces and welfare installations. The first Hostelco Awards ceremony also took place, with Spain's most innovative hotels and restaurants in 17 different categories receiving awards.

Other activities that took place were based around products such as bread, coffee and cocktails, with exhibitions in the latter field by famous expert barmen in the various bartending disciplines. The ever-popular tapas played a leading role in seminars organised by the Spanish Hos-

telry Federation, in order to promote this type of Spanish gastronomy.

Numerous tastings, samplings and training courses took place in the Coffee Zone, as well as the final of the 5th National Barista Championship, which was won by Catalonia's Ferran Casellas. The same space also hosted the 2nd Grand Final of the Iberian Barista Championship, which involved the best professionals from Andorra, Portugal and Spain, and in which Víctor Bolea, from Zaragoza, was crowned champion.

Expolimp, the area specialising in industrial cleaning and hygiene, hosted several technical seminars that covered various topics, ranging from the employment reform to the supervisor's role as a key figure in the professionalisation of the sector. The programme of activities included the presentation of the II Spanish Cleaning Congress, and the window cleaning competition that took place for the fifth time.

At the last exhibition, Hostelco, which is organised by FELAC and Fira de Barcelona, received the support and collaboration of the Spanish Hostelry Federation (FEHR) among other institutions, and thanks to the commitment made by all of those bodies, it consolidated its position as Spain's leading exhibition in the sector and the second most important in Europe.

InstalMat

The Total Installation Materials Exhibition

12-15/05

Gran Via. 2nd event

Area: 8,425 m²

Exhibitors: 219

Type: Professional

Activities: Energy Efficiency Day, Product Prizes, XXI CONAIF International Congress, Seminars

In just two events, InstalMat has become the leading meeting point for installation professionals in Spain, by covering a comprehensive range in its exhibitions and including the largest sectorial forum for debate and reflection.

InstalMat 2010, with 210 exhibitors from 16 countries, presented all types of solutions for installations and an extensive programme of activities. Over 2,000 professionals attended more than 40 lectures, seminars, presentations and training sessions. Innovation and control of energy expenditure were the two main themes highlighting the way to beat the recession.

On Energy Efficiency Day, InstalMat featured a programme of technical sessions supported by the companies Daikin and SCV and coorganised with the Catalan Energy Institute and various professional

colleges and institutions. Another successful initiative was Side Event, a space for presenting products, new ideas and standards.

The first 2010 Product Prizes were awarded, after being elected by more than 2,000 professionals on the exhibition's website. The winner was the Altherma HT heating system, which provides heat and hot running water with efficiency levels three times higher than those of traditional methods.

The XXI International Installations and Energy Congress, organised by CONAIF and the Catalan Federation of Installation Companies was held at InstalMat, and discussed the application of the Regulations for Heat Installations in Buildings.

LIBER

The International Book Fair

29/09 - 01/10

Gran Via. 28th event

Area: 11,000 m²

Exhibitors: 700

Type: professional

Activities: seminars, debates and prizes

Liber, the leading professional event for the book industry in Spain and Latin America, reinforced the presence of digital publishing businesses in 2010, attracting more professionals working in graphic design, multimedia content and online marketing.

The exhibition, organised by the Spanish Federation of Publishing Guilds, is held in Barcelona and Madrid in alternate years. Once again it showed that despite the difficult economic situation, it is capable of encouraging sales and bringing together purchasers from all over the world.

The Liber seminars, which had high participation levels, also focused on the new business opportunities that are opening up with the application of new technologies in the publishing sector. The most popular sessions were those covering the e-book, digital content, books sales using mobile devices and promotion and the editorial brand in social networks, among others.

The events paying tribute to institutions, individuals and media for their contribution to fostering reading were also well attended. The prizewinners this year were the publisher Josep Maria Boixareu Vilaplana, Radio Euskadi, TVE's La 2 television channel and the EFE news agency; the Diego Martín bookshop in Murcia; and the Burgos Municipal Library.

Puerto Rico was the guest culture of honour at the exhibition, thanks to the presence of 50 publishers and thirty guest writers, and events were held in various venues in the city of Barcelona.

Low Cost

The Real Estate Bargains Show

23-25/04

Montjuïc. 2nd event

Area: 4.300 m²

Exhibitors: 95

Type: public

Activities: exhibitions, purchase operations

Organised by the Barcelona Consorci de la Zona Franca.

The Low Cost Show, which was held for the first time in 2009 to contribute to the reduction of Spain's stock of housing, which has built up as a result of the decline in sales in recent years, gave the public the opportunity to find out about the most economical offers from 95 Spanish real estate companies. The organisers described the volume of flats sold over the two one-off Low Cost events as "very successful," as it achieved its main objective of boosting sales in the real estate sector. No further exhibitions of this type are planned at present for this reason.

The leading Spanish real estate agents placed homes on sale at lower prices. The reductions in prices of apartments, first and second homes, offices and commercial premises reached 46% in some cases.

As at the first event, Low Cost featured the participation of various Spanish financial institutions, which offered products for financing real estate bargains, analysed the capacity of the interested parties and provided the opportunity for arranging contracts on the spot.

One of the outstanding new features was the *buscapoint*, a computer tool for use by visitors, to help them find the offer that most suited their needs and means from among all those exhibited.

Low Cost Motor

The Second-Hand Bargain Vehicles Show

29/05 - 06/06

Montjuïc. 1st event

Area: 4,390 m²

Exhibitors: 22

Type: Public

Organised by Barcelona Motor Vehicles Dealers Guild

The predicted increase in automobile sales before the rise in the VAT rate, which came into force on 1 July, and the approaching summer season, one of the best times of the year for second-hand vehicles, encouraged the Barcelona Motor Vehicles Dealers Guild to organise the first fair for bargains in fully guaranteed second-hand cars at very affordable prices.

The results were satisfactory for the organisers and the participating com-

panies, despite the difficult economic circumstances. In nine days, the twenty exhibitors in the Plaça de l'Univers in the Montjuïc area sold a total of 116 vehicles, almost a quarter of those on display, for an estimated value of 1,800,000 euros.

Depending on their budget and requirements, visitors were able to choose from among 500 vehicles from leading brands, while confident in the knowledge that all the exhibitors were members of the organising institution. The quality of the cars, which were painstakingly checked, and the guarantees and special conditions offered by the dealers, combined with the low price factor, helped to boost sales.

At its first event, the institutions collaborating with Low Cost Motor were the Government of Catalonia, Barcelona City Council, the Barcelona Chamber of Commerce and the Fira. The exhibition was sponsored by the certification company Dekra, the financing company Cetelem and the vehicle paint company Glasurit.

Magic Internacional

Spiritual, Parascientific and Alternative Therapies Show

10-12/12

Montjuïc. 6th event

Area: 5.615 m²

Exhibitors: 150

Type: public

Activities: conferences, workshops, demonstrations, film series

Organised by D'Arbó Productions.

After celebrating its 25th anniversary, the international parascientific and alternative therapies show continues to attract an increasing number of visitors, and remains one of Europe's most shows in its field. The event, which took place in the traditional Montjuïc area for the sixth year running, received 5% more visitors than in 2009.

The event was structured in various spaces. One was given over to the commercial and enquiries area, where 500 professionals on 150 stands displayed their products and offered advice, performed demonstrations and presented alternative ideas. Meanwhile, the workshops and conferences focused on training and dissemination: around 50 speakers, including teachers, therapists and journalists, participated in conferences, talks and technical seminars on parascientific techniques such as *reiki*, regressions, channelling and *feng shui*. The new feature at the exhibition was the musicotherapy and conjuring hall, which featured white magic, biodance and mentalism shows.

The seventh art was also present at the exhibition with a third series of magic-spir-

itual films, which were followed by debates in which the filmmakers themselves participated. Magic 2010 also set aside a space to pay tribute to the recently deceased professional magician Mariló Casals.

Mi Boda

Fair specialising in Wedding Solutions

20-21/11

Montjuïc. 1st event

Area: 8,000 m²

Exhibitors: 100

Type: public

Activities: exhibitions and parades

Organised by Flaqué Internacional.

After a few years' absence, the Mi Boda exhibition returned to Fira de Barcelona's Montjuïc area, to provide solutions for the end consumer's needs in an event as important for the individual's life as a wedding.

Weddings are indeed at the centre of the exhibition's work: around 100 exhibitors presented a wide range of wedding products and services and the visitors, who were mostly couples preparing their wedding, were able to plan practically all the details related to their event in just two days and under one roof. They were able to take a look at the latest ideas in fashion and accessories, restaurants, decoration and furniture, jewellery, photography and video, car rentals, travel agencies, florists, printing, gifts, music and entertainment, hairdressing and make-up and many other things besides, presented by the leading companies.

As well as finding out about these latest new ideas, the visitors also had the chance to try out hairdressing and make-up ideas for themselves, as well as ordering their rings, invitations, gifts for guests and wedding car, as well as other services, all at the same time.

Two added attractions at the show were the live music provided by specialists in weddings and functions and the Wedding Fashion Show, where the designers participating presented their latest wedding and banquet fashion collections, as well as all types of accessories for the bride and groom.

Mobile World Congress 2010

15-18/02

Montjuïc. 5th event in Barcelona

Area: 125,000 m²

Exhibitors: over 1,300

Type: Professional

Activities: directors' summit, conferences, technical seminars

Organised by GSMA in collaboration with Fira de Barcelona

At the 2010 Mobile World Congress, the mobile communications industry once again showed that it is one of the most robust economic sectors with the greatest potential for growth. More than 1,300 businesses attending the event confirmed that despite a difficult economic situation, their sector has a bright future, a hypothesis that was supported by more than 49,000 visitors from 200 countries.

The four days of conferences attracted executives from the leading and most influential telephony operators, software companies, device suppliers and Internet companies, as well as the media, entertainment companies and government delegations. Another significant figure shows the importance of the summit held at Fira de Barcelona: 54% of those attending the Mobile World Congress were executives in their companies, and these included more than 2,800 general managers.

One of the areas with the highest growth rates was the ministerial programme hosting around 90 delegations which was attended by forty ministers. These figures represented a 30% increase compared to the attendance at the 2009 event and show the importance of the event not only for industry, but also for policymakers from all over the world who attend the conference to discuss and design the appropriate strategies for using the mobile communications industry as a vehicle for economic and social growth.

Based on the theme of "Vision in Action", the heads of companies including Alcatel-Lucent, BBC, Bharti Airtel, China Unicom, Ericsson, Huawei, KDDI, RIM, Samsung, Spotify, Telstra and Vodafone debated the trends and future of the industry, and how the mobile phone will cease to be at the absolute epicentre of the sector and become one device among many.

The first App Planet, an event designed to bring together the leading lights of the extensive mobile applications ecosystem in a single space, was attended by more than 20,000 people. Google, Motorola, RIM, Sony Ericsson and Vodafone gave various talks at the event on the development of applications. In total, more than 6,000 developers attended the Mobile World Congress.

Among the many speakers at the Congress, two were undoubtedly at centre stage: Queen Rania of Jordan and the president and executive director of Google, Eric Schmidt. Queen Rania, in her capacity as UNICEF ambassador, considered the impact of mobile communication on the education of the world's population. Meanwhile, the head of the Californian technology company Google looked at how the frontier between desktop and mobile

technology will soon disappear. His speech was also heard by over 35,000 people on the Mobile World Live portal.

The Mobile World Congress is organised by GSMA, the international mobile telephony association with over 800 member companies from 219 countries. As a partner of GSMA, Fira de Barcelona was responsible for the Internet preaccreditation process, accreditation at the event and control of access to the conference, as well as the logistic organisation and management of the exhibition, management of the exhibition's assembly service, restaurant and catering management, customer and visitor services which it had been providing since 2007.

Ocasión

The Show of the Guaranteed Vehicle

27/11 - 08/12

Montjuïc. 30th event

Area: 11,000 m²

Exhibitors: 40

Type: Public

The Show of the Guaranteed Vehicle showed that during a recession in particular, consumers appreciate the advantages of the second-hand market as an opportunity for purchasing nearly new and very reliable vehicles at low prices. One in every 46 visitors to the exhibition purchased a car, after being encouraged by the exhibitors' promotions, special conditions and guarantees.

516 nearly new vehicles were sold in twelve days - around half of the cars on display - and the subsequent delivery of another 200 cars to the participating dealers was arranged. The total turnover amounted to 14 million euros.

The most widely sold vehicles were up-market saloons, costing between 13,000 and 25,000 euros. However, there were cars to suit all tastes, needs and pockets, ranging from utility to luxury vehicles. Prices ranged between 5,000 and 100,000 euros and depending on the market niche, while the savings compared to the same vehicle new could be more than 30%.

Ocasión also saw the participation of leading brands through their second-hand vehicle divisions, official dealers and purchasing companies. 1,051 vehicles were exhibited - from Km0, management, fleets and renting sources - with recent registration dates and low mileage levels, which were checked technically by the company Dekra to make sure they worked perfectly. Ocasión was organised in collaboration with the Catalan Federation of Motor Vehicle Dealers.

Personal España

Professional Human Resources Exhibition

17-18/03

Montjuïc. 3rd event

Area: 1,900 m²

Exhibitors: 45

Type: professional

Activities: lectures, debates, workshops and technical seminars

Organised by Spring Messe Management.

At its third event, Personal España, Spain's leading show and platform for the development of human resources, brought together professionals in the sector, representatives of personnel recruitment companies and software and hardware, training and consultancy services. The exhibition was held at the same time as Higher Education and Employment Week, which contributed to raising its profile.

More than 30 debates and conferences filled the Personal España programme of activities, which focused above all on optimising companies' resources as a factor in overcoming the recession. The importance of innovation and creativity in human resources was also emphasised, and issues such as flexibility of working hours and the latest opportunities provided by the internet, including e-learning and employee portals to recruiting on social networks, were also considered.

The Meeting Point was one of the most popular activities as it featured the participation of directors of human resources departments, who answered questions related to their work.

Among the new features this time round was the Personal Development area, focusing on training and e-learning, which turned out to be one of the most dynamic areas at the event: trainers and coaches enabled visitors to play an active role in the workshops for half an hour.

SIL

The International Logistics and Materials Handling Exhibition

25-28/05

Montjuïc. 12th event

Area: 31,588 m²

Exhibitors: 615

Type: professional

Activities: lectures, technical seminars, prizes and business meetings

Organised by the Barcelona Consorcio de la Zona Franca

The International Logistics and Materials Handling Exhibition (SIL), the leading trade fair in the logistics field in southern Europe and the Mediterranean basin, presented the latest ideas dealing

with the complexity of goods distribution systems. Its role as a major platform for commercial exchange was reinforced this year by a significant turnover figure.

SIL broke its own internationalisation record once again this year: 45% of the exhibiting companies were foreign, from 68 countries, including Morocco, Panama, China, Austria, Switzerland, Turkey, Chile and Greece, among many others. Also significant was the presence of French companies, as France was the guest country at the event, while Lebanon had a special role at the VIII Mediterranean Logistics and Transport Forum.

Among the new features were the Exhibition Village, an area where several brands showed their products live; the SIL Tech Area, for new technologies applied to logistics; the SIL Trans Area, focusing on road transport, and the Hospitality Area, where businesses were able to meet clients and present their products.

The training, knowledge and debate on the subjects related to logistics involved fifteen activities, in which 3,100 professionals participated, including the 11th Seminar on Free Trade Areas and Deposits.

SITC

International Tourism Show in Catalonia

15-18/04

Montjuïc. 19th event

Area: 40,000 m²

Exhibitors: 1,100

Type: open to the public

Activities: Alimara-Cat and Acpetur SITC Prizes

The show featured innovative and competitive tourist products, and brings together numerous and varied visitors and exhibitors from 60 countries and all Spain's autonomous regions. Various original ideas were presented, including caravanning in New Zealand, bicycle trips in Croatia and shopping trips in Peking, and the Cruise Area was organised for the first time, and included the range of the most important shipping companies in the Mediterranean and Caribbean.

The guest city, Logroño, shared centre stage with the Gateway to the Desert, which featured ideas from desert regions and the Arab world, and the third Pink Corner, an area specialising in travel for the LGTB community (lesbians, gays, transsexuals and bisexuals).

The exhibition set aside half a day specifically for professionals, who attended the sessions organised in collaboration with the Catalan Tourism Agency; Turismo de Barcelona; ACAV, the Catalan

Travel Agencies Association; the Polytechnic University of Catalonia, UPC; ESADE and CETT, the Tourism Technical Studies Centre, among other institutions. Innovation and sustainability in tourism were the cornerstone of the event.

Various prizes were awarded, including the Alimara-Cat, for tourism advertising in the Catalan language, which was awarded to the province of Medio Campidano in Sardinia (Italy), and the Alimara Special prize was awarded to the honorary president of the SITC, Ramon Bagó. The winners of the ACPETUR-SITC prizes for best stands were Castilla la Mancha, Terres de l'Ebre and Egypt, and the Catalan company Xaluca, which specialises in holidays and travel in Morocco.

SITEM

International Massage Techniques Symposium

16-17/10

Montjuïc. 10th event

Area: 1,600 m²

Exhibitors: 45

Type: professional

Activities: conferences, exhibitions and demonstrations

Organised by Interalia.

SITEM, the International Massage Techniques Symposium and the Professional Natural Therapies Exhibition, once again brought together the leading professionals in this sector. Acupuncture, aromatherapy, physiotherapy, homeopathy, traditional Chinese medicine, osteopathy, reflexology, shiatsu and yoga were among the more than 20 disciplines presented at the event.

Once again last year, SITEM achieved its twofold objective of acting as a meeting point and as a benchmark for professionals in the sector and at the same time becoming a business centre for suppliers and clients of natural therapies. Those attending the event were able to enjoy a variety of products and services exhibited by the 45 exhibitors participating in the area given over to the Natural Therapies Professional Show.

Meanwhile, around 600 conference delegates attended the symposium, in which Spanish and foreign experts participated, and were able to choose from among 33 speeches that took place during the two-day seminar. Of particular interest were the lectures by Txema Aguirre on the latest trends in kinesiotherapy and by Mila Ferrer, on treatment for depression and anxiety based on reflexotherapy. Another important guest was Dr. Miquel Andolz, of the medical staff of F.C. Barcelona, who looked at knee pathologies and

their manual examination. The lecture on Reiki also aroused a great deal of interest, as did the session on cervicobrachialgias, which included the impressions of leading specialists.

SWAB

Barcelona International Contemporary Art Fair

13-16/05

Pavilion Z-6, Montjuïc area. 3rd event

Area: 7,400 m²

Companies present: 32

Type: Public

Activities: Artistic projects in the city of Barcelona.

Organised by Diez-Cascón Arquitectes, SL.

This was the first event at Fira de Barcelona by this young project which focuses on contemporary art, considered from the perspective of the visitor and which describes itself as a fair in a relaxed atmosphere. One of its main objectives is to increase the passion for collecting among young people.

While the two previous fairs had focused above all on displaying paintings and drawings, the 2010 event also presented ideas in sculpture, installations, *performance* and video art that enabled it to place its range on a more international footing, featuring 32 galleries from 11 countries.

In order to foster new artistic approaches, Swab invited two artists to produce a work in the public space, promoting interaction between art, the public and the city. The German artist Jan Vormann designed a route through the city of Barcelona "reconstructing" famous buildings in the city with pieces of Lego. Another German artist, Boris Hoppek, installed a small raft full of characters made of wood offcuts and painted with acrylic paint in the pond at the entrance to the fair.

All these ingredients enabled SWAB to become one of the cultural events of the year in Barcelona, and to present itself to the public at large as an innovative alternative within its sector.

The Brandery

Urban and Contemporary Fashion Show

27-29/01 - 28-30/06

Montjuïc. 2nd and 3rd events

Area: 25,300 m² gross

Exhibitors: 167 (January) - 215 (June)

Type: Professional

Activities: Technical seminars, meetings, exhibitions, events

In 2010, The Brandery, the urban and contemporary fashion trade show organ-

ised by Fira de Barcelona with the support of the City Council, recorded an overall increase of 19% in the number of participating brands, and 50% in the number of visitors compared to the first time the event was held. A hundred brands participated in the exhibition in July 2009, while 167 did so in January 2010 and 215 in June. Half of them were from outside Spain, with the largest contingents coming from France, Italy, Portugal and the United Kingdom. Among the major Spanish and international visitors were the purchasing managers of large department stores including El Corte Inglés, Galeries Lafayette and la Rinascente.

The Brandery adopts a theme and an image at each event, which provide the inspiration for the technical seminars and sectorial meetings. With "The New Deal", the slogan for the January show, it aimed to express the need for renewal in business management during the recession. However, in June the slogan was "Love Revolution," which suggested a "creative revolution" based on the intangible value of each brand and its impact on consumption.

"The Laundry", the laboratory of ideas at The Brandery, included the participation of coolhunters at both events, and experts from leading companies in in fashion trend analysis, and business schools that gave lectures and participated in round tables. One of the most popular activities was the First International Blogger Meeting, at which speakers shared their professional experiences with over 200 people.

Both exhibitions went beyond the fashion garments field, and were the setting for cultural activities such as the Misi Misi Expo exhibition with 30 personalised *maneki-neko* and the So Real display, which included various types of urban art. There were also leisure areas, such as an open-air ice rink, and live performances by specialists in skateboarding, street dance and parkour.

A major feature in the field of innovation was the "virtual fitting room", a new software application that allows users to combine various garments and to use a virtual personal shopper to guide them in their shopping. Photography was also featured at The Brandery with the exhibition of portraits of the burlesque artist Dita von Teese, organised by Yo Dona magazine.

The City area took The Brandery onto the streets of Barcelona, with fashion, music and art exhibitions, including an exhibition of Vogue magazine covers in the Paseo de Gracia and the party and

parade organised by Custo Barcelona in the Mellow Beach Club at the Hotel W which was attended by 2,500 people. The Welcome Party organised by the show was attended by a thousand guests.

Higher Education and Employment Week

The Education Exhibition

17-21/03

Montjuïc. 21st event

Area: 17,000 m² gross

Exhibitors: 177

Type: Open to the public

Activities: Research in Action, an area focusing on multimedia; Languages Show; information sessions for families

Futura

Master's degree and postgraduate course exhibition

19-20/03

Montjuïc. 7th event

Area: 1,880 m² gross

Exhibitors: 50

Type: Open to the public

Activities: Fòrum del Treball Job Forum with jobseeking workshops

Expodidáctica

Education resources show

18-20/03

Montjuïc. 14th event

Area: 3,791 m² gross

Exhibitors: 79

Type: Professional

Activities: Classes, conferences, prizes, workshops on educational resources in museums

International Simulated Businesses Show

17-19/03

Montjuïc. 9th event

Area: 3,000 m²

Exhibitors: 75

Type: Professional

Activities: Technical seminars

Higher Education and Employment Week was once again one of the largest events in the education sector in Spain, as it included the Education Exhibition, Futura, Expodidáctica and the International Simulated Businesses Show.

The practical focus of the Education Exhibition helps young people between 15 and 18 years old to find personalised advice on educational alternatives, higher secondary education and university courses, among other training and professional options. The exhibitors, the ministries of Education and Universities of the Govern-

ment of Catalonia – which coordinate the exhibition – and the exhibition's Student Service helped to resolve doubts among students and their families and to provide guidance on academic choices.

Among the activities was the "Research in Action" space, in cooperation with Talencia, to promote careers in science; the multimedia promotion area of the Image and Multimedia Technology Centre of the Polytechnic University of Catalonia and the Languages Show, by the Spanish Association of Promoters of Courses Abroad, with the opportunity to study a school year outside Spain as the main attraction.

Meanwhile, Futura presented the master's degrees and postgraduate courses with the highest profiles, underlining the fact that in the recession, recent and unemployed graduates and professionals with jobs consider this specialist training as a means of improving their employment opportunities. Centres with postgraduate courses adapted to the Bologna Plan, which can be taken in Spain and other countries, also participated. It included the Jobs Forum, a space for advice on the labour market and practical jobseeking workshops.

Teachers attended Expodidáctica to find out about the latest trends in resources and technology for the classroom, which is a highly topical subject due to the implementation of the School Plan 2.0 (AulaCAT 1x1 in Catalonia). Interactive digital blackboards, electronic content and books, and desks and computers were some of the new ideas. The most innovative products and services received the Innova Prizes: the multi-touch learning table "Mesosfera" by Utani Social Lab and "Toktok", an online educational community for hospitalised children, by the Pere Tarrés Foundation. The exhibition also included pedagogical resources from 80 museums.

Expodidáctica featured the AulaTAC space (collaborative learning techniques) for the first time, with seminars on applying technological solutions when teaching dynamically and interactively, as well as the II DIM-Aula TIC Congress on teaching and multimedia, which analysed best practices when using information and communication technologies (ICTs).

Finally, the International Simulated Businesses Show, organised by the Inform Foundation, brought together state-approved education and occupational centres from several countries committed to training in the commercial and administrative areas with the creation of fictitious companies in order to learn by working.

Congresses and others

Important Medical Congresses

Fira de Barcelona hosted important congresses in 2010, especially in the field of medicine.

Among these were the Congresses organised by the European Respiratory Society, the European Association of Urology, the European Hematology Association and the International Union of Toxicology, which brought together a total of over 42,000 professionals, specialists and representatives of industrial sectors related to medicine.

The importance of these events held in the Fira de Barcelona facilities confirms the success of the work done since 2006 to attract major congresses related to health and also contributes to reinforcing Barcelona's role in this field.

Other Congresses

- Southern European Veterinary Conference
- Global Congress of Maternal and Infant Health
- Congress on Chronic Obstructive Pulmonary Disease
- Restoration Congress, Organised by the Barcelona College Of Surveyors, with the support of Construmat.
- FOSS4G, the Conference on Open Source Geospatial Software
- Catalan Hypertension Seminars
- Meeting of the Catalan Ophthalmology Society

The Fira de Barcelona venues also hosted more than seventy corporate and business, institutional and political, social, cultural and sports events and product presentations, as well as the filming of advertisements and photo sessions.

Esports, music and culture

Those with the most public impact were sports events and activities such as the European Athletics Championships, the traditional Jean Bouin race and the Barcelona Marathon.

Once again last year, the Gran Via area was the evening venue for Sónar, the Barcelona Advanced Music and Multimedia Art Festival, organised by Advanced Mu-

sic. The festival, an international leader, brought together 84,000 people, of which 45,000 attended the evening events from 17 to 19 June. The daytime sessions, exhibitions and other activities are also held in the CCCB, Macba, CaixaForum, the Auditori and the Grec Theatre in Montjuïc.

Sónar combines leisure activities with art, avant-garde and experimentation with the most renowned artists and trends in electronic music. The festival has crossed national boundaries since 2002, with events in various cities in the world including London, New York, Buenos Aires, Seoul, Frankfurt, Chicago and Tokyo.

Barcelona Harley Days

Another event with a major impact in the media - in this case held in the Montjuïc area - was the Barcelona Harley Days, a meeting of motorcyclists and enthusiasts for the legendary North American Harley Davidson brand, who came from all over the world. 18,000 motorcycles attended, and many of them participated in the traditional parade through Barcelona's streets.

Among the new features were the Ladies of Harley marquee and the exhibition of the spectacular Harley Custo, a motorcycle designed for charity by Custo Dalmau.

Fira's Pavilion number 1 was also one of the telephone centres for the 2010 TV3 Marathon fundraising event for research into spinal cord injuries.

Tools for the fair activity

Commercial priority

In 2010, Fira de Barcelona's Commercial Area prioritised the strategy of sales in local markets to encourage local companies to participate in the various shows, thereby raising their profile and contributing to completing the scheduled exhibition calendar.

Over 3,600 potential exhibitors were visited, and shown a comprehensive range of products adapted to each client's needs, such as stand construction, catering and other services, providing all the facilities required for a presence at the shows.

The range of packs designed for each show (exhibition space, stand, furniture, services, Internet access, parking, etc.) was the focus of a great deal of interest among customers, and ServiFira Project

was consolidated thanks to its good management of designer stand sales.

The Exhibitor Area successfully implemented an online portal to help exhibitors improve and facilitate management of their participation in Fira de Barcelona trade fairs (passes, monitoring and compliance with schedules, technical specifications of the exhibition space, purchases of products and services, invoicing, etc.).

The Hosted Buyers Program was another commercial objective that was strongly emphasised in the context of increasing internationalisation of the Fira trade shows, and the presence of companies from various countries, including emerging economies, was encouraged.

61 restaurants

GastroFira managed 61 restaurant premises in the two Montjuïc and Gran Via complexes, either directly or indirectly by concession to sector companies

In 2010, GastroFira collaborated in the design and conception of 6 new bars and restaurants located in the new pavilions 5 and 7 of the Gran Via area that will open in 2011. Two of these premises will be serving fast food, 2 restaurants will provide a traditional service, and 2 will have a mixed range of traditional and fast food.

Nuclo Restaurant, in the Gran Via area, received a sun award in the Repsol Guide for the second time, and Nuclo Catering has created a significant range of products for major events held at Fira de Barcelona.

2010 was been one of the busiest years for conferences since the creation of GastroFira 2001. Among other important events, it co-ordinated the restaurant and catering services for three major international conferences on Urology, the Respiratory System and Hematology, as well as Mobile World Congress, providing highly diverse restaurant ideas adapted to the cultural and dietary requirements of various groups of clients.

Over 45,000 coffee breaks, 33,000 snacks and cocktails, 20,000 menus, 10,000 picnics and 80,000 catering products were served directly to stands in 2010.

Energy efficiency and sustainability

A major concern of the Operations and Customer Service Department was to improve energy efficiency and sustainability.

The implementation of an innovative computerised management system began in Gran Via, which is designed specifically for the site, and can handle all its technical installations at the same time. It receives more than 150,000 signals every

15 seconds which enable it to take action automatically in the event of possible problems or to inform the operators. Once it is fully implemented, this system will provide major energy savings. Work was also done to optimise consumption, and water consumption was reduced by 40%.

Practical proof of Fira's commitment to sustainability policies was apparent in the signing of the agreement with Ecoembes (Ecoembalajes España SA, a non-profit-making company that promotes recycling), to promote the recycling of packaging in the exhibition facilities. Estimates suggest that during the first year of the agreement, over 200,000 kilograms of light packaging (plastic, cans and cartons), cardboard and paper were recycled. With this initiative, Fira de Barcelona is a pioneer in the implementation of a comprehensive solution for recycling packaging, reaffirming its commitment to sustainable development and environmental protection.

Its efforts in the area of sustainability were given public recognition with the Acció 21 awards, an initiative created by the Municipal Council for the Environment and Sustainability, which awarded a special mention to the project presented by GSMA Event Project Management for the reduction of the environmental impact of a major event like Mobile World Congress. The jury appreciated the fact that it could be applied to other trade fairs and conferences and its potential for making Barcelona an international venue for holding environmentally responsible events, and emphasised the role of Fira de Barcelona in achieving this.

In Paris, Fira de Barcelona received the Operations Award ex-aequo with the Toronto Fair. This award, presented annually by the Union of International Fairs (UFI), focuses on specific solutions related to efficiency and cost in the operations area. The Munich Fair was a finalist.

The distinction awarded to Fira de Barcelona recognised its efforts to reduce operating costs by means of various initiatives, freeing up resources for other activities and providing a higher quality service at a lower cost.

Development of ICTs

In 2009 and 2010, Fira made a significant investment in information and communication technologies, the ICTs which are an essential tool from every point of view.

A clear example of the high level achieved in this field is the equipment used during the Mobile World Congress, which included an MPLS data network

capable of handling over 250,000 simultaneous connections, the coordination of more than 900 Wi-Fi networks and an RFID technology system with 40 access points in the Montjuïc area, 140 personal accreditation points and more than 100 internal control points to control access to the various speeches that took place during the mobile telephone congress.

More training

One of the main activities of the Human Resources Area during the year was the management of organisational changes resulting from the implementation of the New Value Proposal (a review of the Fira's Strategic Plan), which particularly affected the Commercial, Expansion and Operations areas and led to the creation of the International Business Development Office.

Facilitating the successful adaptation of individuals to the new organisation, ensuring resource efficiency and reducing costs are among the concerns of the Human Resources department, which is committed to technological development and outsourcing some areas.

Particular attention was also paid to all issues related to training: 256 people - 35% more than in 2009 - attended the training programs that took place during the year, totalling 678 hours, 19% more than the previous year. Further work was done to prevent occupational hazards and to ensure the safety of the people working in the fair areas, and the number of accidents fell by 11%. 16 compared to 18 in 2009, none of which were serious.

Also noteworthy was the signing of an agreement with the Adecco Foundation, as part of compliance with the Law on Social Integration of Disabled, to carry out awareness-raising initiatives about issues affecting disabled people.

Fira de Barcelona ended 2010 with 286 members of staff.

Economic results 2010

Various factors affecting the activity of Fira de Barcelona converged in 2010. First, there was a crisis that generally affected the main economic sectors represented at the leading shows. Second, 2010, as an even-numbered year, saw the organisation of fewer industrial shows, the main asset in Fira's portfolio. There was also no triennial event held in 2010.

When analysing the business performance, it is necessary to consider the effects of the calendar on the major Fira shows, most of which are biennial, and as such we compare the results obtained each year with their equivalent two years previously; in this case the results for 2010 and 2008. In the difficult situation for businesses and organisations which we faced, the income finally obtained by the trade fair institution in the 2010 financial year amounted to 101.6 million euros, a lower sum than the turnover for 2008 (121.3 million euros) when the current heavy recession was not yet fully apparent in all shows and business sectors.

In 2010, as a second phase of the operation which began in 2009, Fira de Barcelona received exceptional extraordinary income of 15.1 million euros from the operation of the photovoltaic park installed on the roofs of the pavilions in the Gran Via area.

Among the more traditional shows organised by Fira itself in 2010 were Alimentaria, Hostelco, the Boat Show, the Tourism Show, Liber, Caravaning and Education. There were also two recently established events that can be considered as consolidated: Bizbarcelona (the merger of HIT, the Entrepreneur Day and the Entrepreneur Show) and the two events in January and July staged by the urban and contemporary fashion show The Brandy.

The shows and conferences staged by external organizers continued to account for a high turnover. Among those with a major economic and media impact were Mobile World Congress and EIBTM. Three very important European medical conferences were held on the specialties of hematology, urology and the respiratory system in 2010.

Operating expenditure, which amounted to 90.5 million euros, fell by 14.8%, or 15.7 million euros, compared to 2008 (106.2 million euros), as a result of the efforts necessary to cut costs due to the recession. However, special care was taken to make no significant reductions in the budget for promoting the shows. The greatest effort in this respect focused on reducing structural costs. The reduction amounted to 4.4 million euros (-17%).

The combined performance of these figures means that an EBITDA of 11 million euros was achieved compared to 15 million euros in 2008.

As regards investments, a restrictive policy was applied in 2010, although for operational reasons, improvements were made to the facilities in the Montjuïc area and to the computer development programme involving resources of 1.5 million euros.

Edita / Edited by

Fira Barcelona

Direcció General

Àrea de Comunicació

Avda. M. Cristina, s/n

08004 Barcelona

Tel. 93 233 20 20

www.firabcn.es

Diseño / Design

Eumogràfic

Impresión / Printed by

C/A Gràfica

Depósito legal: ????